

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
Институт социального образования
Факультет социологии
Кафедра социологии и политологии

**Коммуникация власти и общества в оценках студентов-политологов
г. Екатеринбурга**

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа
допущена к защите
зав. кафедрой

Исполнитель:
Королев Алексей Федорович,
обучающийся группы БП-51z

Руководитель:
Рубцов Павел Владимирович,
кандидат исторических наук,
доцент кафедры социологии и
политологии УрГПУ

Екатеринбург 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ	7
1.1. Определение границ понятия политической коммуникации	7
1.2. История осмысления феномена политической коммуникации: этап, предшествующий появлению коммуникативистики	11
1.3. Этап появления фундаментальных исследований в области коммуникативистики	15
1.4. Изучение политических коммуникаций начиная с 70-х годов по современный этап.....	22
ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ	31
2.1. Политическая коммуникация в СССР	31
2.2. Политическая коммуникация в России.....	36
ГЛАВА 3. «ПРЯМАЯ ЛИНИЯ С ПРЕЗИДЕНТОМ» КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ	49
3.1. Место «прямой линии с президентом» в системе политических технологий и попытки ее научного осмысления	49
3.2. «Прямая линия с президентом» как инструмент политической коммуникации	51
3.3. Отношение студентов к «прямой линии с президентом»	61
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	67
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	71
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	80
ПРИЛОЖЕНИЕ 2	84
ПРИЛОЖЕНИЕ 3	85
ПРИЛОЖЕНИЕ 4	86
ПРИЛОЖЕНИЕ 5	87
ПРИЛОЖЕНИЕ 6	88
ПРИЛОЖЕНИЕ 7	89
ПРИЛОЖЕНИЕ 8	90
ПРИЛОЖЕНИЕ 9	91
ПРИЛОЖЕНИЕ 10	92

ВВЕДЕНИЕ

Взаимодействие власти и общества является одной из ключевых тем, как для науки политологии, так и для всего социума в целом. С этим, прямо или косвенно, связано множество политологических исследований. Область взаимодействия власти и общества широка, она касается многих вопросов, например идеологии и образования, распределения материальных ресурсов и т.д. Политика воздействует на большинство областей общественной жизни и становится понятно, что представить это взаимодействие полноценно и комплексно в одной работе не представляется возможным. Потому в ней будет освещена лишь одна из ее наиболее существенных сторон, а именно политическая коммуникация. Под политической коммуникацией, автор понимает информационное взаимодействие власти и общества. Это один из наиболее важных аспектов взаимодействия власти и общества: так К.Г. Перевалова отмечает, что один из основателей коммуникативистики К. Дойч сравнивал политическую коммуникацию с нервной системой политического организма, а Ж.-М. Коттре считал, что ее роль в политической жизни общества «сопоставима со значением кровообращения для организма человека.»[44 с.81].

Актуальность работы В современном обществе влияние информации трудно переоценить. К примеру, по мнению М. Маклюэна информация и развитие каналов ее передачи - определяющие факторы развития общества, а «средства коммуникации способствуют одним видам политической коммуникации и препятствуют другим».[5.с. 5] Взаимообмен информацией между властью и обществом имеет огромное значение, как для поддержания его стабильного развития, так и для артикуляции интересов.

Работы, посвященные политической коммуникации, чаще всего носят теоретический характер, научных разработок на тему политической

коммуникации в России с позиции рассмотрения не только существующих каналов коммуникации, но и характеристик ее участников на данный момент немного.

Представляется важным выявить мнение студентов о политической коммуникации в нашей стране. Студенчество в основной своей массе представлено молодежью, как известно - одной из наиболее протестных страт, к тому же это активные пользователи интернета, то есть они могут получать множество альтернативных мнений по поводу политической коммуникации. Автору представляется важным понять, как они относятся к возможности политической коммуникации, ведь как условная элита нашего общества, как действительные участники политического процесса, они создадут будущее нашей страны. Выявить мнение студентов по поводу политической коммуникации целесообразно на примере какого либо из ее конкретных проявлений. Необходимо, чтоб это проявление было общеизвестным, поэтому для нашей работы была выбрана «прямая линия с президентом» - как одно из наиболее известных проявлений политической коммуникации в России. Поскольку политическая коммуникация - один из важнейших механизмов политики, а политика один из важнейших факторов, который влияет на развитие общества, то важно знать, каково отношение студентов к «прямой линии»- как к одному из элементов политической коммуникации.

«Прямая линия», не смотря на то что является частью Российской политической действительности, и проведена уже 15 раз, не достаточно изучена. Существует лишь несколько научных статей, посвященных «прямой линии», но они касаются в основном вопросов области политической лингвистики,[7,18,19,42] и не позволяют представить «прямую линию» как элемент системы политической коммуникации.

«Прямая линия»¹ - название ежегодной российской телепередачи с участием Владимира Путина.

Имеющиеся данные опросов, которые проводят отечественные организации, занимающиеся изучением общественного мнения о «прямой линии», не включают ответы на некоторые представляющиеся важными вопросы, и не позволяют сделать вывод о том, каково отношение к ней конкретных категорий населения.

Объектом исследования выступает политическая коммуникация.

Предмет исследования: «прямая линия с президентом» как элемент отечественной политической коммуникации.

Цель: выявить отношение студентов УрГПУ к вопросам взаимодействия власти и общества как процесса коммуникации, на примере «Прямой линии».

Исходя из поставленной цели автор сформулировал следующие

Задачи:

- Определить понятие и сущность политической коммуникации и на их основе выявить или сформулировать самостоятельно универсальное (для нашей работы) определение.
- Выявить основные этапы научного осмысления политической коммуникации.
- Обозначить основные теории и модели политической коммуникации, отследить происходившие в этой области изменения
- Сформулировать особенности Советской и Российской политической коммуникации (выявить ее характерные черты путем анализа научной литературы)
- Дать характеристики отечественной политической коммуникации.
- Охарактеризовать «прямую линию с президентом» как элемент политической коммуникации.
- Выявить отношение студентов УрГПУ к «прямой линии»

Структура работы. Работа состоит из трех глав. В ней будут рассмотрены основные этапы становления теории политической

коммуникации, ее основные модели и положения (1 глава) , затем основные особенности отечественной политической коммуникации(2 глава). Как один из ее элементов будет представлена «прямая линия с президентом», эмпирическая часть работы будет содержать результаты анализа анкет, посвященных отношению к «прямой линии», заполненных студентами УрГПУ.(3 глава).

ГЛАВА 1. РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

1.1. Определение границ понятия политической коммуникации

Для того, чтобы понять, что означает словосочетание «политическая коммуникация» (далее-ПК) необходимо обратиться к существующим в политологической науке определениям. Одним из отечественных источников наиболее полным образом раскрывающих историю возникновения и сущность понятия ПК является монография М. Н. Грачева «Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития»[17]. Проанализировав определения ПК, данные Ф. Ратцелем, Н. Винером, К. Дойчем Ж.-М. Коттре Р.-Ж. Шварценбергом, Л. Паем и М.Ю. Гончаровым, а так же имеющиеся в отечественных словарях, М.Н. Грачев дает такое определение - «сущностной стороной политико-коммуникационных процессов является передача, перемещение, оборот семантически значимой в политическом контексте информации – тех сведений, которыми в процессе конкретной общественно-практической деятельности обмениваются (собирают, хранят, перерабатывают, распространяют и используют) «источники» и «потребители» – взаимодействующие в обществе индивиды, общности, институты» [17, с.73].

Принимая во внимание некоторую громоздкость такого определения, приведем несколько более лаконичных и простых, но при этом не менее емких. Многие авторы отмечают как одно из наиболее полных определение, которое дает Р.Ж . Шварценберг- ПК это «процесс передачи политической информации благодаря которому она циркулирует от одной части политической системы к другой и между политической системной

социальной системой» [например;5, с.11;17, с.70; 20, с.14;36, с.151;37, с.127; 44, с.82; 44, с.81; 58, с.123;41, с.148; и др.]

Целесообразно привести несколько отличное от вышеизложенных определений, данное А. И. Соловьевым «политическая коммуникация есть частный случай успешной реализации информационных обменов, попыток коммуникатора (например, властных структур) вступить в контакт со своим контрагентом. Таким образом, ее можно идентифицировать как форму общения, установленную на основе направленной передачи информации, породившей осмысленный ответ реципиента на вызов коммуникатора» [цит. по 44, с.82]. Следует заметить, что далее А.И.Соловьев дает пояснение, в котором указывается, что оговариваемый «осмысленный ответ реципиента» не является обязательным условием для ПК.

Одним из определений, указывающих на взаимосвязь ПК и распределение материальных ресурсов, осуществляемое властями, является определение А.И. Савельева - «политическая коммуникация является определенной разновидностью взаимоотношений в политике, благодаря ей господствующие слои проводят контроль производства, а также, конечно, и занимаются распространением социально-политических идей, взглядов и убеждений» [47, с.190].

Так же он приводит определение, которое характеризует политическую коммуникацию как направление в науке- «политическую коммуникацию можно определить как научное направление, направленное на изучение совокупности информационных потоков, на обмен информацией между политическими акторами в процессе борьбы за власть» [47, с.190].

Е.В. Гуняшев, цитируя М. Гуревича и Дж. Блумлера (работа «Системы политической коммуникации и демократические ценности») приводит такое определение «политическую коммуникацию следует рассматривать как передачу информации и различных видов воздействия к индивидам и от индивидов, которые разделяются на высокоинформированных и глубоких невежд, обладающих огромным влиянием и совершенно бесправных,

постоянно вовлеченных (в политику) и блаженно безразличных. Таким образом, сама структура политической коммуникации включает в себя различия между инициаторами и активаторами наверху и наблюдателями внизу, полагая ограничения на эту энергию участия, которую система может породить» [69, с.3].

Как можно заметить, авторы, определяя понятие политической коммуникации, делают акцент на каком либо из ее свойств. Это может быть наличие обратной связи, либо протекание по вектору «элита- рядовые граждане», либо значимость информации, либо какая либо из функций политической коммуникации.

Говоря о политической коммуникации, отметим ее функции отдельно. В общем виде «политическая коммуникация, подобно любым коммуникационным актам, может преследовать три цели: передачу информации, изменение мнения, изменение поведения информируемых. Однако ключевым в этом процессе, несомненно, является изменение поведения, поскольку именно оно составляет стержень властно-управленческих отношений в обществе»[16, с.8].

Наиболее же ясным, емким, лаконичным и вместе с тем достаточным для понимания сущности ПК представляется определение, которое мы можем встретить в учебнике А.П. Чудинова: «политическая коммуникация – это процесс общения между участниками политической деятельности» [57, с.26].

Исходя из этих определений ПК может пониматься как процесс передачи информации (некоторые исследователи добавляют, что она должна быть политически значимой, то есть имеющей влияние на политические предпочтения, поведение, политическую культуру и т.п.), от одного участника политической деятельности к другому. При этом участниками политической деятельности могут быть как представители элит, так и рядовые граждане. Информация, соответственно, может быть передана по вектору «элита- рядовые граждане» либо «элита-элита» либо «рядовые

граждане-элита» либо «рядовые граждане- рядовые граждане». Хотя последнее, несмотря на то, что логически подпадает под определение (рядовые граждане могут и часто являются участниками политической деятельности и между ними происходит коммуникация) обыкновенно выпадает из поля зрения исследователей ПК и может быть подвергнуто сомнению утверждение, что, например, общение между рядовыми гражданами является ПК. Все-таки говоря о ПК многие исследователи подразумевают обмен информацией между властью и обществом, и это является для них объектом изучения. К тому же зачастую подразумевается публичность, «медийность» ПК, действие политически-значимой информации на народные массы. Но все же позволим себе отнести такой обмен информацией (между рядовыми гражданами) к области ПК, так как межличностное общение, так же как и перечисленные выше виды коммуникации, может влиять на политическое поведение граждан. Вот что говорит об этом И.А. Быков «особенно следует выделить концепцию двухступенчатой (многоступенчатой) коммуникации, разработанную социологами знаменитой чикагской школы П. Лазарсфельдом, Е. Кацом, Б. Берельсоном, Х. Годе и другими. Данная концепция резко критикует подход массовой коммуникации, указывая на его недостаточное внимание к межличностным формам общения и к влиянию малых групп на принятие политических решений» [5, с.4]. Данная позиция (общение между рядовыми гражданами тоже может являться политической коммуникацией) находит подтверждение и в работах Й. Бордвика и Б. ван Каама, что будет показано во второй главе этой работы.

Соответственно определение, которое дает А.П. Чудинов в действительности полностью соответствует сути процесса ПК и не требует дополнительных корректировок и уточнений. В дальнейшем в этой работе мы будем понимать ПК именно так. Она есть «процесс общения между участниками политической деятельности»[57, с.26]

1.2. История осмысления феномена политической коммуникации: этап, предшествующий появлению коммуникативистики

Политическая коммуникация возникла одновременно с появлением политической деятельности как таковой, так как политическая деятельность, понимаемая как взаимодействие управляющего меньшинства и управляемого большинства, автоматически предполагает коммуникацию. Как замечает Л.В. Лыткина «Передача политической информации, налаживание коммуникативных связей между властью и обществом осуществлялись с древнейших времен»[36, с.151]. В подтверждение этому она приводит многочисленные примеры ПК в полисах древней Эллады, древнем Риме, средневековой Европы.

Сходной позиции придерживается и М.Н. Грачев, «сущностной стороной феномена власти, ключевого предмета исследования в политической науке, являются, как известно, отношения руководства – подчинения. Это дает основания рассматривать власть и ее осуществление как коммуникационный процесс, который предполагает информационное взаимодействие “управляющих” и “управляемых”, точнее – информационный обмен, обратную связь между ними, ибо для обеспечения эффективности управления “управляющие” должны получать все необходимые сведения о действиях “управляемой” стороны и, руководствуясь этими сведениями, в зависимости от складывающейся ситуации формулировать последующие управленческие решения, направленные на то, чтобы реальное положение дел все более приближалось к поставленной цели», «в качестве инструмента политического воздействия коммуникация осмысливалась уже в античные времена, убедительно свидетельствуют дошедшие до нас древнегреческие и римские источники». [17, с.11]. Автор указывает на то, что осмыслить некоторые аспекты ПК

предпринимали еще Платон и Аристотель, а затем и Цицерон. Продолжая экскурс в историю философской мысли, связанной с осмыслением коммуникационного аспекта политики в средние века М.Н. Грачев отмечает труды таких мыслителей как Августин Блаженный и Фома Аквинский, в эпоху возрождения - Н. Макиавелли, Новое время отмечено работами Томаса Гоббса, который указывал на необходимость устранять «яд вредных учений», угрожающих существованию государства, Ш.Л. Монтескье и Джона Локка.

Далее в ряду мыслителей, имевших отношение к осознанию наукой роли и сущности ПК М.Н. Грачев отмечает К. Маркса, хотя указывает на то, что отдельно этот мыслитель не исследовал ПК как самостоятельное явление и отводил ему инструментальную роль, отсылая читателя к «манифесту коммунистической партии», где говорится о том, что «господствующими идеями любого времени были всегда лишь идеи господствующего класса».

При этом стоит добавить, что К. Маркс не игнорировал тот факт, что коммуникация оказывает существенное влияние на политические процессы. К примеру вот что он пишет в работе «18 брюмера Луи Бонапарта» «Ораторская борьба на трибуне вызывает борьбу газетных писак, дискуссионный клуб парламента необходимо дополняется дискуссионными клубами в салонах и трактирах; депутаты, постоянно апеллирующие к народному мнению, дают тем самым право народному мнению высказывать свое действительное мнение в петициях. Парламентарный режим предоставляет все решению большинства, — как же не захотеть огромному большинству вне парламента также выносить решения? Если вы на вершине государства играете на скрипке, то можете ли вы удивляться, что стоящие внизу пляшут?»

Предваряя обзор этапа изучения ПК как самостоятельного, требующего отдельного рассмотрения явления, М.Н. Грачев упоминает таких мыслителей, как П. Сорокин, М. Вебер и Т. Парсонс, отмечая значимость их

трудов для дальнейшего осознания ПК не только как однонаправленного процесса передачи информации от политической элиты к обществу, но как процесса взаимодействия этих акторов. Большую роль работ вышеперечисленных мыслителей для дальнейшего изучения ПК отмечают и другие отечественные ученые, такие как А.И. Соловьев, И. А. Быков, Е.Г. Морозова и другие.

Соответственно тем или иным образом на политическую коммуникацию исследователи обращали свое внимание и до того, как она стала осмысляться в науке как отдельный объект изучения.

Научное осмысление политической коммуникации как отдельного объекта изучения.

Необходимо отметить исследование У. Липмана как одно из первых, которое было посвящено именно коммуникации. Он обратил внимание на такие важные для политической коммуникации явления, как пропаганда и стереотипы. Вышедшая в 1922 г. работа под названием «Общественное мнение» часто называется классическим произведением в коммуникативистике, хотя надо уточнить, что она касалась массовой коммуникации, освещала широкий спектр вопросов, в том числе не связанных напрямую с политикой.

Поэтому как исследователя, который первым посвятил свою работу отдельно изучению политической коммуникации многие отечественные авторы называют Г. Лассуэлла [например 5, с. 3; 9, с. 105; 17, с. 13; 21, с. 83; 47, с. 134 и т.д.]. Его работа, под названием «Техника пропаганды в мировой войне» была первой, где главным объектом исследования выступало информационное воздействие. Работа увидела свет в 1927 году. В предисловии к русскоязычному изданию 1929 года мы обнаруживаем фразу, которая с всей полнотой позволяет убедиться в огромной роли ПК в тот исторический период, и, соответственно, служит обоснованием для выделения информационных воздействий на общество как самостоятельного

объекта исследования «Власть над мнением,- так же как над жизнью и имуществом,-перешла в официальные руки, ибо та опасность, которая грозила в результате свободы мнений, была больше той, которая могла получиться от искажения этих мнений».[12, с.2] Лассуэл одним из первых стал использовать метод контент-анализа, и, будучи представителем бихевиористского направления, указал на зависимость поведения общества от получаемой им информации в условиях пропагандистского воздействия. Хотя следует отметить, что само понятие ПК тогда практически не использовалось в обществоведческой науке. Как отмечает К. Г. Перевалова, впервые его использовал немецкий социолог Ф. Ратцель в своей работе «Политическая география»[44, с.80]. Но основатель геополитики в этой работе основное внимание уделял географической детерминации социально-политических явлений, и кроме как тем, что именно он впервые использовал это словосочетание, в приращении научного знания, касаемого политических коммуникаций, не отмечен.

В ранних работах Г. Лассуэлла, предполагалось, что результаты воздействия информации, которая каким либо образом (радио, газеты, листовки и тп) доносится до общественного сознания, могут быть напрямую зависимы от содержания этой информации и масштабов ее распространения. Позже он разработает пятиступенчатую модель коммуникации: КТО (передает сообщение) КАКОЕ (сообщение) - КАКОЙ КАНАЛ (передачи сообщения используется) - КТО(принимает сообщение) - С КАКИМ РЕЗУЛЬТАТОМ (какой эффект оказывает сообщение). Эта пятиступенчатая модель обычно рассматривается как базовая для большинства последующих моделей ПК, представленных другими учеными. Она в последствии дополнялась другими учеными и усложнялась. К примеру «развитие данная модель получила в работах Р. Брэджока и Г. Гербнера, которые, добавив несколько новых компонентов (Р. Бреддок - цель, с которой говорит коммуникатор и условия, в которых протекает коммуникативный акт; Г. Гербнер ввел зависимость модели коммуникативного акта от типа

коммуникативной ситуации), значительно усложнили первоначальную модель»[53, с.50].

Соответственно на этом этапе политическая коммуникация рассматривалась в контексте появившейся в то время общей теории коммуникаций. Затем работы этого этапа окажут большое влияние на развитие теорий политической коммуникации.

1.3. Этап появления фундаментальных исследований в области коммуникативистики

Лассуэловская позиция относительно эффективности информационного воздействия укрепляется с началом фундаментальных исследований политической коммуникации в период после Второй мировой войны. Она представлена работами так называемой «чикагской школы», одним из представителей которой и был Г. Лассуэлл. Это время отмечено таким важнейшим явлением, как широкое распространение СМИ, помимо газет стало широко распространено радио, началась эра телевидения, что в разы увеличило возможности влияния на общественное мнение, и, помимо прочего, дало толчок к появлению многих работ о влиянии средств массовой коммуникации на мнение аудитории. Лассуэлл в своих работах использовал для описания воздействия пропаганды такие метафоры как «инъекция», «магическая пуля», имея в виду неотвратимость результата от информационного воздействия на общество.

Однако выводы о прогнозируемости информационного воздействия и его неизбежной результативности были опровергнуты представителями другой американской традиции в изучении общества - речь идет о так

называемой «Гарвардской школе». Помимо признанного классика в области социологии, представлявшего Гарвардскую школу - Т. Парсонса, в связи с нашим исследованием стоит особо обратить внимание на научную деятельность Пола Лазарсфельда, внесшего большой вклад в изучение политической коммуникации. К его заслугам относится разработка панельного метода (исследование, проводимое среди одних и тех же людей через определенные промежутки времени с целью отследить динамику изменений предмета исследования), а так же открытие «двухступенчатой модели коммуникации». Ее суть в том, что на мнения людей в большей степени влияют «лидеры мнений», а не само сообщение. Это означает, что человек формирует свою позицию, ориентируясь в первую очередь не на смысл передаваемого ему сообщения, а на мнение того, кто имеет авторитет в его окружении, неформального лидера в группе.

Дальнейшее развитие научная мысль, обращенная к исследованиям в области коммуникативистики, получила в работах Р. Мертонса, который вводит классификацию «лидеров мнений», разделяя их на «космополитических лидеров» - условно говоря, это люди, живо интересующиеся политикой, часто – посещавшие когда либо зарубежные страны, имеющие образ «экспертов» в вопросах политики, к примеру, это могут быть журналисты; и «локальных лидеров» - местных старожилов, имеющих большой жизненный опыт.

На этапе исследования ПК, который мы могли бы оценивать как начальный, (40-е 60-е годы двадцатого века) исследование политических коммуникаций вышло на принципиально новый уровень. Это произошло в результате симбиотического взаимодействия сразу нескольких наук-кибернетика, математика, психология, лингвистика и культурология, политология, социология и др. Многие исследователи и сейчас отмечают междисциплинарный характер коммуникативистики. Вклад в совершенствование методов исследований ПК внесли работы основателя кибернетики Н. Виннера, здесь следует уточнить, что сам ученый не считал

«кибернетическую теорию» исчерпывающей для понимания процесса ПК, отмечая, что она лишь способствует более глубокому пониманию процессов, определяет их как взаимосвязанные, но не призвана полностью охватить сущность всех его аспектов. «В отличие от механистических концепций, кибернетическая теория не ставила перед собой задачу исчерпывающе объяснить или однозначно свести друг к другу разноплановые явления лишь на основании проявляющегося сходства отдельных их сторон. Напротив, как подчеркивал Н. Винер, речь могла идти только о том, что «анализ одного процесса может привести к выводам, имеющим значение для исследования другого процесса»».[17, с.94]

Так же одним из первых, кто использовал «кибернетическую» модель политической коммуникации был К. Дойч (работа «Нервы управления: модели политической коммуникации и контроля»). Он представил политическую систему как процесс обмена информацией. «К. Дойч опровергал распространенное представление о том, что сила или насилие (англ. - power) - это сущность политики. Кроме силы, власть может иметь в своем основании такие источники, как деньги, организация, традиция и т. п. Однако особенное значение он придавал политической информации.»[8, с.76] «Дойч выделял различные виды коммуникации внутри политической системы, включающие в себя неформальные, институциональные и массовые, осуществляемые посредством средств массовой информации, роль которых в современном обществе становится все более значимой» [9, с.105-106] К. Дойч так же сформулировал такое свойство политической коммуникации, как диахроничность. Суть его в том, что образцы политического поведения перенимаются от одного поколения другим. Стоит обратить внимание и на то, что он указывал на «приватизацию» каналов массовой информации политическими и экономическими элитами. Для обозначения группы, имеющей приоритетные позиции в использовании СМК в своих целях он вводит понятие «дейтократия».[9, с.106]

Так же многие отечественные исследователи отмечают важный вклад в изучение политической коммуникации идей К. Ховланда, который предложил так называемую «психодинамическую модель» коммуникации, где он указывает на существование «трех типов личности» в зависимости от степени внушаемости. К разным типам личности необходим разный подход при информационном воздействии, только тогда оно будет эффективным. Эта позиция подтверждает состоятельность гипотез Лазарсфельда о существовании различных аудиторий и большом влиянии личностных качеств принимающего информационное сообщение на эффективность информационного влияния.

Исследования в этой области показали, что общество не стоит воспринимать как однородный объект воздействия, и именно от особенностей той или иной аудитории зависит результат восприятия информации. К примеру, люди с более высоким уровнем образования лучше воспринимали сообщение, где было представлено несколько позиций, несколько точек зрения, а люди с низким уровнем образования эффективнее воспринимают информацию с однозначной трактовкой. Так же были выявлены другие факторы, влияющие на доверие к полученному сообщению, к примеру религиозная или профессиональная принадлежность, был произведен психолого-лингвистический анализ эффективности сообщений - например было выявлено, где лучше расположить главную мысль, которую необходимо донести до аудитории - в начале или в конце сообщения; где расположить информацию о фактах, которые ставят под сомнение позицию информатора, стоит ли приводить в сообщении альтернативные точки зрения и т.п. Все это опровергло теорию «магической пули», которая оказалась несостоятельна при ее приложении к реальной жизни. «Магическая пуля» хорошо достигала цели в лабораторных условиях, например, когда исследуемым предлагали заполнить анкету сразу после просмотра видеоматериала, и они были лишены возможности обсудить его содержание с друзьями, родственниками, коллегами и т.п.

Отдельно необходимо выделить вклад в разработку теории политической коммуникации представителей неомарксистского научного направления, а именно М. Хоркхаймера и Т. Адорно, опубликовавших в 1947 г. Работу под названием «Диалектика просвещения». Этот труд можно назвать социоориентированным, в том смысле, что основная идея его, касаемая политической коммуникации, в том, что ресурсы СМК были приватизированы элитами, они при их помощи пропагандистски воздействуют на общество, и не позволяют ему в полной мере осознать несправедливость социального устройства и объединиться под знаменем революции, или потребовать социального переустройства. Ситуация эта наиболее лаконично представлена самими авторами в одной лишь фразе: «Изворотливое самосохранение для верхов представляет собой борьбу за фашистскую власть, а для индивидов - приспособление к бесправию любой ценой». [54, с.6] При этом авторы указывают, что представители гуманитарных сфер производства культуры- поэты, писатели, художники и пр. вольно или невольно помогают системе этой пропаганды развиваться, оставаться всегда актуальной.

Большой вклад в понимание механизмов ПК внесли в этот период работы К. Шеннона. Он разработал совместно с У. Уивером модель коммуникации, в дальнейшем названную «модель Шеннона-Уивера». Это была по сути модель, которую до него ввел Лассуэл, но дополненная дополнительным параметром - «шум». Так называемая пятиступенчатая модель Лассуэла представляла из себя модель однонаправленного информационного воздействия. Понятие «ШУМ», введённое Шенноном, указывало на наличие факторов, являющихся помехами для приема сообщения, например другие сообщения, ситуации отвлекающие внимание принимающего. В дальнейшем эта модель будет дополняться, что по сути найдет выражение в конкретизации понятия «шум» (факторы мешающие приему сообщения будут классифицированы) и в дополнении схемы

наличием обратной связи – так начнет появляться множество все более сложных схем коммуникационного процесса.

Далее, как пример, представлена одна из них, разработанная Мелвином де Флэром [15, с.31]. Как раз он то и дополнил схему Лассуэла «петлей обратной связи» (выражение, которое современные коммуникативисты используют с таким постоянством, что его необходимо взять в кавычки)

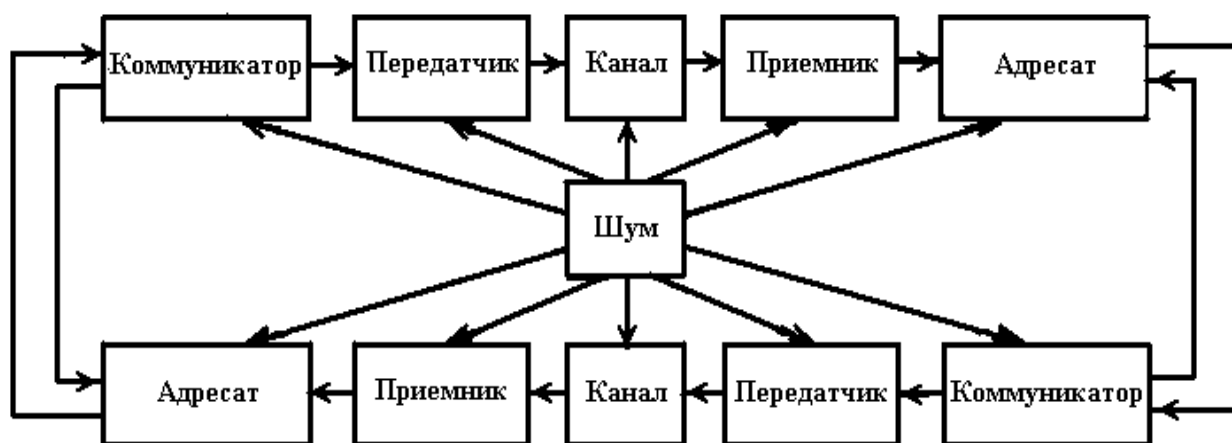


Рис.1. Модель политической коммуникации М. де Флёра

Грачев описывает эту схему «Коммуникация, как следует из концепции М. де Флера, начинается с того, что источник, выступающий инициатором коммуникационного акта, формулирует некоторое смысловое “значение” в виде “сообщения”, которое направляется в передатчик, где оно, соответственно, преобразуется в “информацию”, адаптированную для передачи по каналам связи. В свою очередь, “информация” проходит, через какой-либо канал (в роли канала, в частности, могут выступать и средства массовой информации) и поступает в приемник, где происходит расшифровка “информации”: она превращается в “сообщение”, которое затем преобразуется “управляемым” адресатом в “значение”[15, с.31].

Вышеперечисленные авторы и научные идеи не были единственными на этом этапе исследования политических коммуникаций. Но их можно назвать базовыми, они позволяют проследить основные тенденции в коммуникативистике 40-х - 60-х годов двадцатого столетия. Можно

резюмировать, что на этом этапе ученые подошли к осознанию ограниченности возможностей воздействия на общественное мнение посредством СМИ. Наиболее ярко это показано в статье Н. Лумана, которая увидела свет в 1966 году, и называлась «невероятность коммуникации» [34]. Ниже - вырезки из этой статьи, наиболее ярко характеризующие коммуникацию как трудно конструируемый процесс с мало предсказуемыми результатами.

«Невероятно то, что один индивид вообще понимает то, что подразумевает другой, так как имеет место автономия и индивидуализация их сознания».

«Даже если имеются постоянные и мобильные во времени участники коммуникации, все же невероятно, что она всегда сможет обеспечивать их внимание».

«Невероятно, что коммуникация достигнет большего числа людей, чем относящихся к конкретной ситуации».

«Невероятность коммуникации есть невероятность ее успеха. Даже если коммуникация будет понята, то это еще не означает, что она будет принята».

«Три вида невероятности коммуникации усиливают друг друга».

«Нет прямого пути к постоянному улучшению взаимопонимания между людьми. Единственная возможность убедить людей в том, что они должны измениться, достигается посредством взаимодействия присутствующих. Здесь не существует никакой научно-выверенной технологии в строгом смысле этого слова»[34].

Николас Луман не был политологом, его исследования касаются общей теории коммуникации, общей теории общества, но эти выдержки кажутся актуальными именно для политологии, тем более что сам ученый в другой своей работе пишет « в совершенно разнородных функциональных областях (в семье и политике, в религии и экономике, в когнитивной науке, в

изобразительном искусстве или нормативном праве) могут выявляться одни и те же глубинные структуры» [35, с.43].

1.4. Изучение политических коммуникаций начиная с 70-х годов по современный этап

Начиная с 70-х гг. и по наши дни появляется огромное количество научных разработок на тему политической коммуникации, и выявить какое либо доминирующее направление не представляется возможным. Этот период можно назвать очередным этапом в фундаментальных исследованиях ПК.

Происходит институализация этого направления исследований, во многих учебных заведениях ПК начинает изучаться отдельно, появляются соответствующая научная дисциплина. Возникает множество центров изучения общественного мнения, в том числе и международных, которые работают и сейчас. А. Черных приводит список наиболее влиятельных: «канадская Торонтская школа (Toronto School), американская Анненбергская школа (Annenberg School) и две британских — Бирмингемский центр современных исследований культуры (The Centre for Contemporary Cultural Studies — CCCS) и Медиа-группа Глазго (Glasgow Media Group)» [56, с.234]. Так же появляется множество научных журналов посвященных данной тематике.

Ввиду огромного разнообразия появившихся с 70-х годов XX века исследований и теорий далее будут представлены лишь некоторые, представляющиеся наиболее важными и чаще других упоминаемые в отечественной литературе. Как объединяющий лейтмотив в этих научных

изысканиях в большинстве случаев можно выделить возврат к Лассуэловской убежденности в силе и действенности влияния СМК на поведение людей, что в свою очередь может объясняться наличием множества научных работ, посвященных этой теме, глубиной ее проработки и успешным применением научных идей в практике коммуникационного воздействия.

Одна из таких идей - разработанная Дж. Гербнером «теория культивационных эффектов». Ее суть в том, СМИ создают у человека образ действительности, который он склонен воспринимать как образ реального мира. Таким образом, можно формировать и политические представления людей. При этом частота передачи сообщения влияет на эффективность информационного воздействия. Таким образом, передаваемые с достаточной частотой сообщения могут подвигнуть проголосовать за того или иного кандидата, и даже придерживаться определенного понимания политической ситуации в мире, влиять на политические предпочтения. Необходимо добавить, что более поздние исследования указывают на существование обратной закономерности- излишняя частота передаваемого сообщения может вызвать идиосинкразию, как отмечает А.П. Грачев - «роль образов, создаваемых СМИ, далеко неоднозначна и существенно варьируется в зависимости от конкретного политического контекста, в котором разворачивается избирательная кампания. В частности, «подогреваемый» интерес аудитории может смениться ситуацией ее «информационного пресыщения», и кандидат, вначале набравший популярность может попросту «надоесть». Как убедительно показал своим известным исследованием Л. Бартельс»[17, с. 85].

Также необходимо упомянуть работы Ж.-М. Коттрэ – он, как и вышеупомянутый К. Дойч, обращает внимание на то, каковы роли и позиции участников ПК. Он отметил, что в основном информационное воздействие на рядовых граждан при помощи СМИ оказывается в интересах властных элит. Эта позиция сходна и с позицией Маркса «господствующая идея в обществе есть идея господствующего класса». ПК осуществляется через СМИ и

нацелена на повышения уровня легитимности элит, которые стремятся установить контроль над СМИ, в особенности это касается публичной власти. Выражением результата ПК в демократическом обществе являются выборы, а так же референдумы. Так же исследователь обращал внимание на важную роль различных общественных организаций в политическом процессе, взаимообмен информацией между социальными институтами и повышение значимости «горизонтальных связей» в политическом процессе по мере развития гражданского общества.

Й. Бордвик и Б. ван Каам предлагают «альтернативную модель движения информации», а по сути- 4 разных варианта ПК, которые могут существовать как по отдельности, так и одновременно. Это модель вещания, консультационная модель, диалоговая модель и регистрационная модель.

1-я модель:- Центр («заказчик» сообщения, который либо лично, либо через посредников осуществляет его передачу пользуясь каким либо каналом)- Периферия (упрощенно- рядовые граждане). То есть из центра одновременно передается информация многим реципиентам. Первая модель напоминает упрощенную модель Лассуэла.

2-я модель: «Периферия», то есть каждый из реципиентов, самостоятельно выбирает какие сообщения и по каким каналам ему принимать. Указывает на то, что существует множество сообщений, и представители «периферии» имеют возможность в соответствии со своими предпочтениями чаще принимать одни сообщения и игнорировать другие.

3-я модель: Представители «периферии» общаются непосредственно между собой, игнорируя центр или его посредников. Эта модель не соотносится не только с Лассуэловской «пятиступенчатой моделью», но и даже с моделью «двухступенчатой коммуникации» Лазерфельда, так как вовсе исключает «центр» как источник сообщения.

4-я модель- предполагает наличие множества сообщений, посылаемых из «периферии» в центр. Примером такой модели может служить соцопрос

или сбор статистических данных, которые впоследствии используются «центром».

Таким образом, авторы обращают внимание на многоаспектность ПК и указывают на «существование таких политических коммуникаций, которые идут в обход властного центра, поэтому хронотопы и информация таких коммуникаций не поддаются контролю извне» [45, с.297]. Как можно заметить, в данном случае речь идет о 3-ей, то есть «диалоговой» модели. Особенно актуальна она становится с распространением интернет-сферы, которая увеличивает возможности межличностного общения.

Об этом же пишет Л. Пай: «политическая коммуникация подразумевает не одностороннюю направленность сигналов от элит к массе, а весь диапазон неформальных коммуникационных процессов в обществе, которые оказывают самое разное влияние на политику» [цит. 17, с.70].

Стоит особо выделить позицию по отношению к политической коммуникации представителей неомарксистской школы - таких как М. Хоркхаймер, Г. Маркузе и Т. Адорно. Они отмечали высокую роль воздействия СМИ в сохранении существующего политического и экономического строя. Более того, если бы не имели места манипуляции общественным мнением при помощи СМИ, капиталистическая система бы либо была разрушена, либо претерпела бы качественные изменения. «Что же касается самой политической системы, то в условиях отсутствия сформированной при помощи СМИ идеологии ее стабильность будет подорвана, что приведет к полному разрушению сложившегося господства капитала» [цит. 9, с.107-108].

1.5. Современный этап изучения политических коммуникаций

Тенденцией в коммуникативистике последних десятилетий стало осознание того, что развитие социума предполагает увеличение и развитие, как количества, так и качества коммуникационных связей.

«Информационное общество» рассматривается исследователями уже не как теория, а как данность, как свершившийся факт. При этом необходимо определиться, можем ли традиционно считать тождественными понятия «информационное» и «постиндустриальное» общество?

«Считается, что постиндустриальный подход делает основной акцент на экономических и социальных аспектах нового общества, а информационный, по преимуществу, на коммуникационных аспектах» [5, с.28]. Будем придерживаться этой позиции. В таком случае речь должна идти именно о информационном обществе. Тем более что отмечен факт, что в современном мире, даже в экономически слаборазвитых странах, где сфера услуг еще не является полем основной занятости населения (один из важных признаков постиндустриального общества) можно наблюдать рост информатизации за счет глобализационных процессов. Интересно то, что «глобальные компьютерные сети – и особенно Интернет – серьезно изменили возможности и силу транснациональных общественных движений. Они позволили сформировать глобальное гражданское общество, типичными проявлениями которого стали, например, движения «Антиглобалистов» или «Гринпис»» [5с.34]. Таким образом, информационное общество, «глобальная деревня», как называл его известный исследователь коммуникации и автор «медийной теории» М. Маклюэн, позволяет формироваться новому «информационному порядку», давая возможность объединяться по интересам группам в независимости от территориального положения. К примеру, маловероятно, чтоб антиглобалисты со всех концов планеты в июле

2001 года собрались в Генуе и устроили свое массовое выступление «Рекордное число активистов антиглобалистского движения — около 100 тысяч человек — приехало в страну для проведения демонстраций в связи с саммитом "восьмерки"» [64].

Очень упрощенно суть «медийной теории» в том, что 4-я информационная революция, то есть появление электронных средств коммуникации (первая - появление речи, вторая -изобретение письменности, третья - изобретение печатного станка-«галактика Гуттенберга»,) может стать причиной изменения мировосприятия людей. Характерно, что книга «Галактика Гуттенберга» не описала, а предсказала это - она вышла еще до появления сети интернет, но многие идеи оказались настолько пророческими, что современные исследователи коммуникации в интернет-сфере часто упоминают ее во введениях к своим работам, когда разговор заходит о том, что появление «глобальной сети» знаменует собой новый этап в истории коммуникации.

Интернет, как инструмент политической коммуникации сейчас активно изучается многими отечественными исследователями. Количество пользователей сети интернет неуклонно растет с каждым годом, как в мире, так и в России. Его возрастающая значимость в нашей стране и в мире была отмечена еще в те времена, когда его распространение в России было далеко не таким обширным, как сейчас. Турунок С.Г. еще в 2001 году в одной из статей заметил: «интернет становится, пожалуй, самым динамичным и быстро развивающимся технологическим, а теперь и экономическим, культурным, и наконец, политическим феноменом современности. Масштабное распространение электронных сетевых коммуникаций неотделимо от широкого контекста культурных, социальных, экономических, политических изменений, сам масштаб которых позволяет характеризовать их как революционные, эпохальные изменения, открывающие новую эру в истории человеческой цивилизации» [52, с.58]. По данным на 2016 г. в России пользуются интернетом около 70 % граждан, при этом каждый день

пользуются интернетом 53%, хотя доля таких людей (постоянных пользователей) в 2006 году составляла лишь 5 % [76].

При этом увеличение количества телеканалов и распространение интернета, то есть появление большего количества информации и возможности ее выбирать, на современном этапе вовсе не означает того, что общество стало более информировано о политике, как не означает и усиления политической активности граждан. Скорее наметилась обратная тенденция- интерес к политике становится меньшим. Среди множества информационных сообщений трудно отследить наиболее значимые, в условиях коммерциализации и возрастающей развлекательной составляющей медийного пространства, зачастую востребованными оказываются не политические взгляды, не программы партий, а харизматичные лидеры, новости, которые претендуют на сенсационность и т.п. К примеру, М.О. Орлов называет эту ситуацию «теледемократия», говорит о возрастающей аполитичности граждан, указывает на снижение роли политических партий в политике, на то, что растущий информационный поток, в условиях, когда зрителя уже трудно чем либо удивить, снижает ценность информации. В этой ситуации «возрастает роль отдельной личности, лидера партии, возможности влияния на него уходят в тень, приобретают в основном «закулисный» характер. Вследствие этого политика приобретает более закрытый, непредсказуемый, волюнтаристский характер» [43, с.131].

Таким образом, автор приходит к следующим выводам:

1- Коммуникативистика, или коммуникология, в том числе политическая, является междисциплинарной областью знаний.

2- Несмотря на то, что коммуникация является одной из важнейших составляющих политики, она стала предметом отдельного изучения лишь в 20-е годы прошлого столетия, фундаментальные труды на эту тему появляются в период после Второй мировой войны, а институализация

политической коммуникации как научного направления начинается с 70-х годов.

3- В ранних исследованиях политической коммуникации подчеркивалась высокая степень эффективности влияния СМИ на аудиторию. В какой то мере это было обусловлено историческим моментом (в условиях войн и социальных потрясений СМИ были важным и авторитетным источником получения информации), а так же недостаточной изученностью механизмов политической коммуникации. Позднее, с 50х годов эта позиция сменилась на противоположную. С осознанием значимости «горизонтальной» коммуникации и увеличением количества исследований научное сообщество приходит к осознанию относительности и даже мало значимости влияния СМИ на общественное мнение.

4- На следующем этапе- с 70-х годов- в целом можно говорить о возврате к убеждению о большом влиянии СМИ на общественное мнение, что связано с увеличившимся объемом и качеством знаний о политической коммуникации, что позволяло более действенно управлять общественным мнением. В дальнейшем появляется множество работ, указывающих на факторы, которые мешают эффективной коммуникации, и проследить какое либо доминирующее направление в коммуникативистике по этому вопросу затруднительно.

5- С 50-х годов научное сообщество начинает все больше внимания уделяться наличию «обратной связи» в коммуникативном процессе, что выразилось в дополнении ранних моделей односторонней политической коммуникации «петлей обратной связи».

6- С распространением интернета стало уделяться больше внимания «горизонтальной коммуникации». Отмечен большой потенциал интернета как для осуществления межличностной, неформальной коммуникации, так и для государственного информирования населения, а так же получения сигналов «обратной связи» от населения - государством.

7- Распространение интернета и увеличение количества телеканалов в условиях рынка и ориентации СМИ преимущественно на развлекательный контент, а так же наличие множества альтернативных позиций относительно политики в информационном пространстве привело к увеличению аполитичности в современном обществе.

ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

2.1. Политическая коммуникация в СССР

Отечественная политическая коммуникация, как и ее научное осмысление, обладает своей спецификой. Уникальность эта обусловлена исторически. В то время, когда в США и ряде европейских стран коммуникативистика развивалась в условиях демократии и капитализма, отечественная школа оказалась в сходных условиях лишь с распадом СССР. До этого времени она развивалась либо в качестве теории журналистики, либо как критика «капиталистических» теорий коммуникации. По крайней мере, если говорить о научной мысли в академической среде.

Нам достаточно сложно с этим согласиться, потому что сразу возникает вопрос: «Если не было никакой теоретической базы, то как пропаганда в СССР была поставлена на столь высокий уровень, что ее зачастую называют «тотальной»?» По крайней мере «в целом, советская пропаганда была достаточно успешной и эффективной в течение продолжительного периода времени» [3, с.87].

На самом деле такая база была. Ее фундамент - идеи марксизма или их интерпретации, которые транслировались с учетом практических рекомендаций В. И. Ленина. Это можно считать началом советской коммуникативистики. Приведем в пример несколько ленинских идей, касающихся темы агитации и пропаганды (что, несомненно, является политической коммуникацией).

«Пропаганда должна вестись в одном духе всем комитетом, и ее следует строго централизовать» [33, с.15]. Эта фраза обобщает идею Ленина о том, что информация должна подаваться непротиворечащая идеям

марксизма, для этого и необходима централизация - это важно для координации пропагандистов, для реализации единой идейной направленности сообщений. Как нам известно, в дальнейшем пропаганда действительно будет централизована, более того, во времена СССР вся культурная жизнь будет цензурироваться соответствующими ведомствами, как например Главлит, Госиздат и др. (Подробно о деятельности различных подобных ведомств можно прочитать в статье «Документы местных органов политической цензуры СССР 1922-1991 гг.» [4]). Хотя цензура в России имеет гораздо более глубокие корни, к примеру Марков Е.А. в одной из своих статей указывает на этот факт - «Условия деятельности газет и журналов в дореволюционной России, СМИ в СССР, а затем в современной России всегда в значительной степени определяло государство» [38, с.204]. Ученый отмечает, что цензура в нашей стране в «самом крайнем ее виде (тотальная)» появилась еще до появления периодических печатных изданий времен Петра 1-го, приводя в пример гонения на староверов и уничтожение соответствующей их традиции литературы, затем Марков приводит многочисленные примеры государственной цензуры в дальнейшей истории России, то смягчавшейся, то усиливавшей свою хватку в зависимости от политической ситуации или личной позиции руководителя государства по этому вопросу.

«Агитатор должен говорить так, чтобы его понимали; он должен исходить из того, что хорошо известно слушателям. Все это разумеется само собой и применимо не к одной только агитации среди крестьян. С извозчиками надо говорить иначе, чем с матросами, с матросами иначе, чем с наборщиками. Агитация должна быть индивидуализирована» [28, с.271].

Эта цитата ясно указывает на глубокое понимание Лениным тех особенностей коммуникативного процесса, на которые впоследствии обратят внимание такие видные ученые, как Лассуэл, Лазерсфельд, Шенон, Ховланд и многие другие зарубежные коммуникативисты, а именно понимание того, что подача информации должна быть адаптирована под особенности

аудитории. К этому же можно добавить и еще одно из характерных высказываний- «К массам надо научиться подходить особенно терпеливо и осторожно, чтобы уметь понять особенности, своеобразные черты психологии каждого слоя, профессии и т. п. этой массы»[29, с.192].

Так же необходимо привести еще одно из высказываний «Вряд ли будет преувеличением сказать, что степень частоты и регулярности выхода (и распространения) газеты может служить наиболее точным мерилom того, насколько солидно поставлена у нас эта самая первоначальная и самая насущная отрасль нашей военной деятельности» [27, с. 9].

Эта фраза Ленина наводит автора на то, что пропаганде он придавал большое значение в деле революционной борьбы. Впоследствии, уже в период строительства советского общества, она не потеряет своей актуальности, поскольку содержит еще одну глубокую мысль - частота передаваемого сообщения влияет на эффективность коммуникативного воздействия. В научном сообществе эта идея появляется только с выдвижением «теории культивации» Дж. Гербнера в 60 гг., где исследовался этот же феномен, только применительно к воздействию телевизионных материалов на аудиторию.

Кроме того, Ленин говорит о том, что сообщение должно быть хорошо структурировано и содержательно «Без ясного, продуманного, идейного содержания агитация вырождается во фразерство» [27, с. 74], он придает значение самому этому содержанию, указывая, каким оно должно быть: «Поменьше политической трескотни, побольше внимания самым простым, но живым, из жизни взятым, жизнью проверенным фактам коммунистического строительства — этот лозунг надо неустанно повторять всем нам, нашим писателям, агитаторам, пропагандистам, организаторам и так далее» [27, с.13], а так же уделяет внимание важности публичных выступлений: «Личное воздействие и выступление на собраниях в политике страшно много значит» [31, с. 54].

Список идей Ленина, касающихся вопросов политической коммуникации можно продолжить - как показала история, он был весьма талантливым организатором коммуникативного воздействия, при этом он сам был несомненно талантливым оратором, и его высокие организаторские и коммуникационные качества трудно переоценить. Можно утверждать, что именно Ленинское видение эффективной политической коммуникации стало изначально основой структурирования и содержательного наполнения советской пропаганды.

Дальнейшая история советской пропаганды напрямую связана с запретом оппозиционных печатных изданий («декрет о печати» 1917 г.) и партийным контролем источников массового информирования - был сформирован «Госиздат», а позже, в 1922 году «Главлит». «Главная задача партийной цензуры была следующей: не допустить информирования советского общества об идеях, артикулировавшихся в общественном сознании других стран» [38, с.182] Хотя к этому необходимо прибавить, что не менее важной задачей считалось и просвещение, в том числе и в политических вопросах. Предполагалось, что при осознании гражданами принципов марксизма-ленинизма, а так же механизмов угнетения трудового народа при капиталистическом строе, в стране станет реальным построение бесклассового общества, что и было заявлено как цель развития советского государства. Таким образом, термин «пропаганда» не имел в тот период такого резко-негативного оттенка, он понимался компартией скорее как просвещение, чем как манипуляция общественным мнением, если речь шла о советской пропаганде. Причем такая пропаганда должна была осуществляться (и осуществлялась) и на территории капиталистических стран, например усилиями созданного в 1919 и просуществовавшим до 1943 Коминтерна.

В СССР же, согласно заветам Ленина, был создан централизованный аппарат, который назывался «отдел агитации и пропаганды при ЦК КПСС (ЦК РКП (б) – ВКП (б))» и его отделения, центральные и региональные,

каждое осуществляло контроль того или иного канала массовой информации. Это были: Сов информбюро, Главлит, Гостелерадио, Госкино, Союз писателей, Союз кинематографистов и т.д. – государство полностью монополизировало и практически полностью контролировало все инструменты массовой коммуникации.

Если говорить о политической коммуникации как объекте теоретического изучения, то, как уже было сказано выше, в СССР до начала перестройки ей нашлось место в теории журналистики и в качестве критика теорий коммуникаций ученых капиталистических стран. Причем основой критики «западных» теорий было не утверждение о том, что они несостоятельны, что выявленные учеными капиталистических стран закономерности коммуникации не отражают реальных явлений. Основой критики был ответ на вопрос «зачем?» эти механизмы и принципы воздействия на мнения людей действуют в практике работы капиталистических СМИ. Утверждалось, что основой политической коммуникации между властью и обществом в этих странах служит манипуляция общественным мнением с целью сохранения существующего политического и экономического строя. Эта точка зрения сходна с позицией представителей франкфуртской неомарксистской школы – таких как Адорно, Хоркхаймер, Маркузе и т.д. Советский ученый «был обязан показать, что

в странах, не относящихся к соцлагерю, государство является аппаратом угнетения, и что СМК, подконтрольные государству, служат средством духовного господства над обществом» [26, с.2].

В условиях такого идеологического прессинга научных трудов на тему коммуникаций, тем более политической, было немного. Дефицит работ по этой проблематике «во многом объясняется табуированностью проблемы в советское время» [26, с.4]. Одной из работ, в которой наиболее полно представлен анализ трудов советских ученых по данной проблематике, (основа этих трудов – критика капиталистических теорий коммуникации) является монография Федякина И. А. «Общественное сознание и массовая

коммуникация в буржуазном обществе», выпущенная в 1988 году. Несмотря на то, что работа вышла в эпоху «перестройки» автор не отказывается от анализа отечественных и зарубежных трудов с позиции идеологического противостояния.

Одним из способов манипуляции общественным мнением в капиталистических странах был назван контроль культурной деятельности, например кинематографа, музыки, поэзии и прозы и т.п. Отмечалось, что при кажущейся нацеленности на коммерческий успех, на самом деле западные произведения культуры отвечали нуждам эксплуатирующих классов, создавая у населения капиталистических стран положительный образ капитализма, в интересах эксплуататоров. К этому необходимо прибавить, что более характерным подобный контроль был как раз для стран соц. лагеря.

Хотя нельзя не заметить, что этот контроль вовсе не всегда был тотальным. Достаточно вспомнить труды Солженицына или Шаламова, творчество В.С. Высоцкого, советскую рок-музыку, некоторые образцы советской поэзии или ориентацию на «гласность» и «плюрализм», которой отмечен период «перестройки» времен Горбачева.

2.2. Политическая коммуникация в России.

В условиях рыночных отношений и демократического строя для производства рекламы (в том числе и политической) стали востребованы методы изучения общества, которые применялись исследователями в капиталистических странах, и отечественные обществоведы обращаются к зарубежному опыту : «не имея собственных эмпирических методик, формирующаяся российская политическая коммуникативистика начала

импортировать методологию американской коммуникативистики» [51, с.4]. При этом для отечественной школы характерно глубокое теоретическое осмысление политической коммуникации, если в американской традиции большое место отводится именно рыночно-ориентированным эмпирическим исследованиям, то в отечественной традиции преобладает изучение политической коммуникации в рамках политической теории. «Однозначно сильной стороной отечественной коммуникативистики является продуцирование теоретических моделей, объясняющих политико-коммуникативную проблематику с помощью абстрактных схем, подчеркивающих наиболее значимые черты описываемых явлений» [26, с.5]. Из наиболее цитируемых отечественных авторов, занимающиеся изучением политической коммуникации с теоретических позиций в России стоит отметить А.И. Соловьева, М. Н. Грачева, Е. Г. Морозову, И. А. Быкова, О.Ф. Шаброва, С.А. Кравченко, Е.В. Гуняшева и др.

При этом стоит отметить, что для России характерно негласное деление на «теоретиков» и «практиков» политической коммуникации. Под «практиками» в данном случае понимаются те исследователи, кто непосредственно занимается изучением особенностей политической коммуникации в нашей стране с целью ее успешной реализации. В нашем случае это главным образом не сами политики, а представители различных консалтинговых организаций, PR-агентств, основная деятельность которых заключается главным образом в сопровождении и проведении предвыборных кампаний.

Ниже представлен список услуг, которые оказывает одно из самых авторитетных в России агентств - «НИККОЛО М»: Электоральные исследования, разработка стратегии избирательной кампании, организация работы избирательного штаба, юридическое сопровождение избирательной кампании, психологическое сопровождение кандидатов, производство и размещение агитационно-рекламных материалов, мониторинг ситуации на

всех этапах кампании, политическое консультирование, политические исследования. [75]

Как можно заметить, в предложенном списке услуг, имеющих отношение к политике (агентство оказывает и другие, например бизнес консалтинг) преимущественно услуги связанные с проведением предвыборных кампаний.

Выборы - один из наиболее значимых маркеров демократического режима, один из главных механизмов участия рядовых граждан в политической жизни страны, а так же легитимный способ достижения власти какой либо личностью или группой интересов в условиях демократического режима. Поэтому востребованность профессиональных организаторов предвыборных кампаний закономерна. Одной из особенностей такого инструмента политического участия, как выборы, является предоставление возможности проявить свою позицию по отношению к власти каждого отдельного члена общества, невзирая на то, что он может не состоять в политической партии или другой институционализированной группе интересов.

Как одну из особенностей российской политической реальности необходимо отметить явную диспропорцию в отношении к различным институтам власти и президенту. В.О. Киселев в одной из своих статей, проведя сопоставление статистических данных о доверии к различным властным институтам в России «Левада центра» и «ВЦИОМ», делает заключение о том, что «в современной России президент пользуется наибольшим доверием по сравнению со всеми другими институтами власти» [23, с.56].

В современной отечественной обществоведческой науке отмечается как важное значение институтов гражданского общества для эффективной работы государства, так и важность существования каналов коммуникации между гражданским обществом и властью, примером этого могут служить следующие высказывания:

«Не вызывает сомнения, что сотрудничество государственных институтов с гражданским обществом имеет ключевое значение для достижения стабильности, снижения социально-политической напряженности, успешного реформирования политической системы современной России» [40, с.40].

«В настоящее время для обеспечения стабильности во всех сферах общественно-политической и экономической жизни необходимо реальное функционирование механизмов и институтов гражданского общества» [24, с.62].

Как можно заметить, речь не идет о законченном процессе, более того - скорее современная Россия обозначается как находящаяся в стадии становления оптимальной системы политической коммуникации, которая позволила бы адекватно отражать и способствовать реализации потребностей общества. Подтверждением этого служит и высказывание, которое удастся встретить в материалах одной из научных конференций, посвященной государственной политике «политическая система в нашей стране продолжает находиться в состоянии поиска эффективной модели коммуникации власти и общества» [13, с.38].

Гражданское общество в России как участник политической коммуникации.

До сих пор нет однозначного мнения по поводу того, является ли на данный момент гражданское общество сформировавшимся и в какой степени оно способно оказывать влияние на власть. Многие исследователи, говоря о Российской действительности, склоняются к такому выводу: «Можно говорить о том, что степень участия граждан, их активность в политической и общественной жизни находятся до сих пор на весьма низком уровне» [6, с.49].

Это может быть связано с такими факторами, как «неосведомленность населения о существующих в стране гражданских организациях и часто

недоверие к ним, отсутствие веры в результативность их деятельности» [24, с.64].

Но есть и противоположная точка зрения. Вот что показал экспертный опрос Южно-Российского института управления РАНХиГС при Президенте РФ «Часть экспертов утверждает, что гражданское общество в России объективно существует, более того, опирается на давние традиции. Отдельные специалисты считают, что российское гражданское общество некорректно оценивать по западным стандартам» [10, с.5]. Причем это исследование можно считать панельным, опрос одних и тех же экспертов проводился в 2012 и 2016 годах соответственно, и оценки перспектив и реалий гражданского общества в России были оптимистичнее в 2016 году. «Представляет интерес мнение экспертов по вопросу о том, сформировалось ли в настоящее время в России гражданское общество. Так, в 2012 г. в Ростовской области положительный ответ дали 6,4% экспертов, в 2016 г. их число возросло до 8,8%, а по всем участвующим в исследовании регионам – 10,3%. В 2013 г. в Ростовской области отрицали формирование гражданского общества 13,7% экспертов, в 2016 г. данная цифра составила всего 4,2%, а по всем участвующим в исследовании регионам – до 7,1%. Главное отличие 2016 г. – преобладание позитивного фона (56%) над негативным (34%) более чем в 1,5 раза. В 2012 г. соотношение было обратным: негатив – 60,6% против позитива – 32,5% (почти в два раза)» [10, с.6].

Как можно заметить, несмотря на «преобладание позитивного фона» оценка современного российского общества как гражданского невысока. Хотя необходимо для наглядности привести таблицу из другой аналитической статьи, где использованы материалы этого же исследования [50, с.8].

Таблица 1.

Распределение ответов на вопрос: «Можно ли сказать, что в настоящее время в России сформировалось гражданское общество?», %

№ п/п	Варианты ответов	2016	2012
1	Да, безусловно	9	6,4
2	Скорее да, чем нет	47	26,1
3	Скорее нет, чем да	23	46,9
4	Конечно, нет	4	13,7
5	Затрудняюсь ответить	14	7,0

Как видно из приведенной таблицы, в целом положительную оценку сформированности гражданского общества в России дают 56% экспертов по сравнению с 32.5% в 2012 году. Таким образом, учитывая вышеприведенные утверждения о том, что эффективность взаимодействия общества и власти зависит от сформированности гражданского общества, стоит говорить лишь о перспективах эффективного взаимодействия, но не об однозначной эффективности взаимодействия как о реальном современном положении дел в России. При этом предположения о дальнейшем развитии гражданского общества как участника политической коммуникации могут быть оптимистичны, т.к. в мнениях экспертов прослеживается положительная динамика.

К тому же исследователи отмечают, что условия для становления гражданского общества в России благоприятны. Это и официальная позиция властей по этому вопросу, к примеру, вот что говорит об этом президент России: «Мы должны значительно расширить возможности площадок, на которых идет диалог государства и общества»[80], «Гражданам необходимо создавать возможности для контроля над органами власти»[77] и располагающая к формированию общественных объединений правовая база. К примеру, в 16 статье Федерального Конституционного закона «О Правительстве Российской Федерации» о полномочиях правительства указывается, что «правительство взаимодействует с общественными

объединениями и религиозными организациями». В России существует «Общественная палата Российской Федерации» куда входят представители общественных объединений и НКО. Существует так же Указ Президента Российской Федерации от 1 июля 2010 г. «О комиссиях по соблюдению требований к служебному поведению государственных гражданских и муниципальных служащих Российской Федерации и урегулированию конфликта интересов». Хотя на практике в силу некоторых причин эти нормативные акты не часто находят себе применение. Например, Мосинян К.Т. в статье «Противодействие конфликту интересов в органах местного самоуправления: анализ мнения государственных служащих» [48, с. 287-290] отмечает, что из опрошенных госслужащих (были опрошены муниципальные служащие г. Сургута) лишь половина (50%) могут дать верное определение конфликта интересов, (при котором, согласно Указу Президента РФ от 01.07.2010 N 821 (ред. от 19.09.2017) должна назначаться комиссия по соблюдению, требований к служебному поведению, которая включает в себя, по решению главы исполняющего органа, представителей общественных организаций).

Каналы коммуникации власти и общества в России.

Как видно из предыдущего параграфа власть стремится создать каналы коммуникации с обществом. Такими каналами являются: «общественные приемные политических партий и отдельных политиков, периодические социологические опросы, ежегодные Послания Президента РФ, регулярные телеконференции главы государства, интервью многочисленным средствам массовой информации, разнообразные круглые столы и форумы с участием представителей государства, волеизъявление избирателей на выборах» [24, с.65]. К этому стоит прибавить выпуск различной правоведческой литературы, а так же персональные сайты и блоги некоторых политиков в интернете. Как один из каналов коммуникации между властью и обществом можно рассматривать обращение в правоохранительные органы -

прокуратуру, суд и т.д.. Так же нельзя не упомянуть о том, что у общества имеется и такой канал как забастовки, митинги и другие акции протеста. Еще одним каналом коммуникации является искусство. Необходимо упомянуть и различные формы общественного контроля, к примеру, Якутин Д.В. в статье «Содержание и место общественного контроля в системе социального управления в РФ» выделяет такие формы контроля, как: гражданский форум; публичные слушания; гражданская законодательная инициатива; гражданское лоббирование; общественные советы; участие граждан в коллегиальных органах управления; участие граждан в рабочих группах по подготовке проектов решений; открытое соглашение об общественно-государственном партнерстве; опрос граждан; гражданский мониторинг; гражданская экспертиза; гражданская оценка публичных обязательств; гражданское расследование.

В последние несколько лет в России возросла значимость интернет коммуникации власти и общества. Интернет дает возможность осуществляться горизонтальной и вертикальной коммуникации власти и общества с привлечением небольших материальных ресурсов (нет необходимости ехать куда либо, чтобы посоветоваться, не нужно ходить по домам с анкетами и т.д.) и открывает большие перспективы для развития гражданского общества, для появления организованных групп интересов, и соответственно для эффективного отстаивания людьми своих интересов. Однако современные оценки политической коммуникации в интернете не лишены пессимистических нот: «Наличие активных заинтересованных групп в сети Интернет открывает возможности для органов власти и управления получать обратную связь на свои планы, решения и действия, а также проводить обсуждение тех или иных инициатив, выстраивать взаимодействие с населением. Как показывают результаты исследования, данная возможность редко используется, что негативно сказывается на качестве принимаемых решений и на отношении жителей к их реализации» [46, с.271]. Можно заметить, что из этого утверждения следует вывод не о

слаборазвитом гражданском обществе как причине недостаточного взаимодействия с властью, а причина именно нежелание властей активно использовать этот инструмент коммуникации, что противоречит заявлению В. В. Путина о необходимости расширения площадок взаимодействия власти и общества, приведенному выше.

При этом у интернет-коммуникации в сфере политики есть своя специфика «В обществе активно идут спонтанные процессы самоорганизации, которые, в отличие от властной иерархической модели, строятся на основе диалога и равноправной коммуникации участников и выступают как субъект-субъектные отношения» [46, с.267]. Это означает, что участники интернет коммуникации в политической сфере теоретически могут быть не только свидетелями принимаемых властью решений, но и принять активное участие в их разработке. В этом состоит суть концепции «электронного правительства», которая стала активно обсуждаться в последнее время исследователями политической коммуникации в нашей стране.

Правящая элита в России как участник политической коммуникации.

Для полной картины коммуникационного процесса в политической сфере необходимо рассмотреть, какие каналы коммуникации используются, насколько эффективно, и каковы характеристики участников коммуникационного процесса. Таким образом есть необходимость оценить не только характеристики гражданского общества, но и второго участника коммуникации - политических элит в современной России.

В октябре 2016 года в Ростове-на-Дону состоялся «Второй Всероссийский элитологический конгресс под названием «Элитология и стратегии развития современной России». С целью оценки состояния и перспектив развития России с позиций элитологии проводился опрос. «В опросе приняли участие около 900 представителей экспертного сообщества

из 26 регионов страны. Основную часть экспертов составили ученые (до 40%), остальные – представители административно-политических кругов, бизнеса, культуры, образования» [11, с.19]. Результаты опроса показали, что эксперты в большинстве своем (80 %) сходятся во мнении, что современная политическая элита в России является квазиэлитой, то есть элитой ее можно назвать лишь исходя из того, что ей принадлежат властные полномочия, а не потому, что представители политической элиты обладают положительными качествами, элита не является таковой «по уровню своего профессионализма, нацеленности на национальные интересы и духовно-нравственным качествам». Опрос этот можно считать панельным, до этого проводился подобный опрос в 2013 году, и характерно, что в мнениях экспертов по материалам конференции явно прослеживается увеличение отрицательных оценок современной российской элиты в 2016 году. Например «чуткость элит к проблемам населения указали 11,7% экспертов (в 2013 эта цифра была больше – 15,5%).» «значение умения выявлять, выражать и защищать интересы людей, (как фактор укрепляющий положение в рядах политической элиты, прим.) с 42,5% в 2013 г. снизился до 6,8% в 2016.» « Лишь 5,8% экспертов считают, что в основе ценностных установок и мотивов современной правящей элиты России лежит стремление честно служить отечеству; 3,9% экспертов указали стремление завоевать уважение народа» [11, с.20]. Хотя справедливости ради необходимо отметить, что назывались и признавались как отрицательные, так и положительные качества российских элит. Например, отмечена способность элит налаживать неформальные связи, а перспективы изменений в этой сфере оцениваются с позиций пессимизма и оптимизма в соотношении 1:1. И все же «Кратко выражая сущность указанных факторов, можно констатировать: сложившаяся в последние годы бюрократическая система работает на себя» [11, с.21]. При этом стоит отметить, что позиции экспертов явно пессимистичнее по сравнению с позицией рядовых граждан страны. По крайней мере, такой вывод можно сделать, если сопоставить данные, полученные по результатам

конференции, и данные опросов общественного мнения, например ФОМ, ВЦИОМ или Левада Центр. К сожалению, вопросы, которые задавались экспертам и их ответы, не вполне позволяют проводить прямое сравнение. И все же позволим себе предположить, что политик или политический институт, который, по мнению рядового гражданина, не стремится честно служить своей стране и завоевывать уважение народа не снискал бы его (рядового гражданина) доверия. Характерно, что в том же октябре 2016 года, в котором состоялась конференция, «в российской прессе опубликованы итоги опроса «Левада-центра», которые свидетельствуют о резком снижении доверия граждан к государственным и общественным институтам. Это может быть связано с информацией о фальсификациях на выборах в сентябре 2016. Так, в частности, рейтинг правительства оказался самым низким за последние пять лет и составил 26%, а доверие к Госдуме и Совфеду упало почти в два раза (с 40% год назад до 22% и с 40% до 24% соответственно).» [71] При этом ВЦИОМ не зафиксировал такого резкого снижения индекса доверия, хотя незначительное ухудшение доверия было и по данным ВЦИОМ. «Правительство 65% - 56,6%. Минус 8,5% за год Губернаторы 61% — свежих данных ВЦИОМа нет. В марте было 49%, т.е. минус 12% за полгода. Госдума 49% — 39,7%. Минус 9,5% за год» [71]. ФОМ не проводит подобные исследования ежемесячно, поэтому его данные не приводятся.

Можно заметить, что даже в условиях резкого снижения уровня доверия к властям, зафиксированного Левада Центром, (затем эти показатели вновь выровнялись) оценки рядовых граждан гораздо положительнее, чем у экспертов. Если считать экспертов компетентными в вопросах оценки властей (а у нас нет причин сомневаться в их компетенции) то необходимо признать эффективность коммуникационного воздействия элит на мнения рядовых граждан. Причем происходит это главным образом при помощи СМИ. По данным Левада Центр информацию о политике чаще всего люди узнают из телепрограмм (из этого же опроса следует, что теле-сообщения вызывают наибольшее доверие по сравнению с другими источниками),

приближается по популярности к телевидению интернет, на следующем месте - друзья и родственники, затем следует радио, газеты, журналы (данные от 2016 года)[72]. При этом в современной России СМИ находятся в зависимости от российской власти, и соответственно, не могут в полной мере удовлетворять требованию быть «рупором народного мнения». Вот что говорит по этому поводу Е.А.Марков «современные СМИ превратились всего лишь в инструмент управления обществом, утратив такие функции, как способность выражать интересы общества, быть средством общественного контроля за деятельностью власти» «в современной России нет ни одного по-настоящему независимого издания, представляющего интересы общества перед властью» [39, с.91]. Говоря это, автор ссылается на мнение отечественных исследователей. В подтверждение этих слов можно привести и рейтинг свободы прессы, который опубликован международной организацией «Репортеры без границ» - «Россия заняла в нем 148-е место из 180, уступив по степени свободы слова в СМИ большинству попавших в список африканских государств» [82].

Из вышесказанного можно сделать следующие выводы:

Политическая коммуникация в современной России преимущественно вертикальная и протекает по вектору «от власти к обществу». Содержательно она представляет из себя воздействие на общественное мнение при помощи СМИ (преимущественно телевидения) в интересах правящей элиты, причем не вполне благонадежная элита воздействует на мнение общества, не вполне оформившегося как гражданское. Для этого привлекаются организации, PR- агентства и консалтинговые компании, которые профессионально занимаются производством политической рекламы, созданием имиджа политиков и управлением общественным мнением в интересах заказчика. Их работу можно считать эффективной, т.к. отношение к властным элитам в России существенно рознится у экспертов и рядовых граждан. Эксперты относятся к действующей власти более

скептически, чем граждане. При этом, в условиях зависимости большинства СМИ от властных структур, ситуация эта остается стабильной. Перспективы благоприятного развития зависят от формирования в стране гражданского общества. Единого мнения по поводу реальности такой перспективы как сформировавшееся гражданское общество в России в научной среде нет, хотя в последнее время можно отметить увеличившееся количество позитивных экспертных оценок формирования гражданского общества в нашей стране.

В России по мнению ученых для этого имеются благоприятные условия, выраженные в юридическом закреплении различных свобод, существовании как общественных организаций, так и государственных органов, включающих представителей общественных организаций, к примеру «Общественной Палаты РФ», Так же благоприятным условием является формальная нацеленность государственных институтов взаимодействовать с общественными организациями.

ГЛАВА 3. «ПРЯМАЯ ЛИНИЯ С ПРЕЗИДЕНТОМ» КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

3.1. Место «прямой линии с президентом» в системе политических технологий и попытки ее научного осмысления

Приемы и средства, позволяющие осуществлять политическую коммуникацию, мы можем назвать политическими технологиями. Понятие «политические технологии» шире, и включает в себя политическую коммуникацию. Для подтверждения этого утверждения приведем высказывание А.И. Соловьева, которое к тому же определяет, к какому типу политических технологий относится политическая коммуникация-«функциональные типы политических технологий, предполагающие рационализацию и алгоритмизацию ролевых нагрузок различных субъектов управления и власти (например, принятия решений, согласования интересов, ведения переговоров, коммуницирования с общественностью и т.д.) и, в конечном счете, направленные на управление и контроль за этими процессами». Как мы можем заметить, интересующий нас феномен «прямых линий с президентом» как раз подходит именно под это определение.

Публикации, посвященные теме политических технологий в России, указывают на то, что означенные технологии, в том числе и коммуникационные, являются по большей части заимствованными, в России используется преимущественно опыт западных стран, в основном США, как страны имеющей наиболее солидные наработки в этой области. Примером обратного может служить такая технология, «как прямая линия с президентом», которая является примером политической технологии, разработанной и реализуемой с учетом специфики именно российского общества. Хотя необходимо заметить, что этот формат не является

абсолютно уникальным. В истории есть примеры непосредственного общения руководителей государства и общества при помощи электронных средств связи. Приведем несколько примеров:

1. «Разговоры у камина»- так называли передачу в радиозэфире, где президент США Франклин Рузвельт отвечал на телефонные вопросы радиослушателей. Передача велась один раз в неделю

2. Телепередача "Алло, президент" с У. Чавесом. Поначалу выходила раз в неделю, но с 2007 года Чавес отвечал на вопросы граждан ежедневно по будням, по 1,5 часа в день.

3. В 2014 году Николас Мадуро, сменивший Уго Чавеса на посту главы государства продолжил традицию, правда передача "В контакте с Мадуро" была уже не телевизионной, а выходила на национальном радио страны.

4. Несколько других руководителей южноамериканских стран тоже используют подобный формат. Например Президент Эквадора Рафаэль Корреа и президент Сальвадора Маурисио Фунес

5. У многих руководителей государств есть свои интернет блоги с возможностью задать вопрос. У президента Ирландии на сайте можно даже записаться на вечеринку в его саду. Количество мест ограничено- 350 мест, но это возможность вовсе напрямую, без электронных посредников пообщаться с президентом, и для него самого это возможность пообщаться с электоратом.

(по

материалам

https://www.dp.ru/a/2016/04/13/Kak_prezidenti_obshhajut)

Таким образом «прямая линия» как механизм прямого общения власти с народом и народа с властью, осуществленный с использованием современных технических достижений, не является абсолютно уникальным. Хотя для нашей страны это явление можно называть инновационным в сфере политической коммуникации, и оно требует всестороннего и подробного изучения. «Прямая линия с президентом» упоминается в некоторых научных работах, но подробного анализа этого феномена как инструмента

политической коммуникации встретить не удастся, она упоминается лишь обзорно, либо вовсе через запятую. Подробно же она рассматривается в различных научных статьях, освящающих лингвистические аспекты [например 18; 42] . Можно говорить о том, что исследований на тему «прямой линии с Владимиром Путиным» крайне мало, несмотря на то, что имеются как эмпирические данные (например стенограммы и видео), результаты опросов общественного мнения от ведущих отечественных исследовательских центров.

Поэтому представляется важным уделить внимание изучению этого феномена, в частности его месту в системе политической коммуникации и отношению к нему со стороны общества.

3.2. «Прямая линия с президентом» как инструмент политической коммуникации

Чтоб оценить место прямой линии в системе российской политической коммуникации используем дополненную модель коммуникации Лассуэла - кто? - с каким намерением? - какое сообщение? – по какому каналу? - оказывая влияние на какую аудиторию? - с каким результатом? Некоторые из этих позиций нет возможности представить ввиду отсутствия в свободном доступе соответствующей информации, поэтому они будут обозначены как возможные предположения.

1.КТО. Главным действующим лицом является президент России В.В. Путин. «Прямая линия» с ним проводилась и в то время, когда он был премьер-министром, в это время ее называли не «прямая линия с президентом», а «прямая линия с Владимиром Путиным». На сегодняшний

день он является самым популярным, и самым одобряемым действующим политиком в России. Вот как это подтверждает гендиректор ВЦИОМ «в последние полтора года показатель одобрения деятельности президента остается стабильно высоким - на уровне выше 84%, при этом он сохраняет высокие позиции на протяжении 16 лет: по среднемесячным значениям с 1999 года он не опускался ниже 60% ».

С КАКИМ НАМЕРЕНИЕМ ?

Намерением может являться не только и не столько управление общественным мнением, формирование имиджа главы государства, но и диалог с населением. Этот диалог может быть использован для того чтобы выявить тот комплекс проблем, которые волнуют наших граждан, а так же обозначить позицию властей и в частности В. В. Путина по интересующим людей вопросам. Так же анализ вопросов (в том числе и не прозвучавших на прямой линии) может способствовать определению основных недостатков работы государственного аппарата и , в последствии, привести к разработке и реализации мер по устранению этих недостатков. К примеру, Д. Песков в одном из интервью заявил следующее: «Прямая линия с Владимиром Путиным" является, по сути, лучшим в мире социологическим опросом, результаты которого президент РФ использует в своей работе».[78]

Таким образом, одной из целей проведения прямой линии может быть выявление наиболее болезненных для общества проблем, о которых власть должна знать, и которые должна решать во избежание потери своей легитимности. Подтверждением этого может являться «зеленая папка» президента, которая, по сообщениям СМИ, представляет из себя сборник жалоб от граждан, поступивших из какого либо региона страны в ходе «прямой линии». Приведем примеры таких сообщений:

«Господину Алиханову Владимир Путин передал жалобы жителей области, которые поступили на прямую линию 15 июня.»[65]

«Глава государства и на этот раз пришел с вопросами граждан, которые были подняты в ходе "Прямой линии". "Знаменитая "зеленая папка", - заметил Турчак» [70].

Принимая во внимания тот факт, что Россия находится на пути к формированию полноценного гражданского общества (подробнее об этом в главе 2), прямая линия может быть инструментом, который позволяет каждому проявить гражданское участие и задать вопрос, обозначив власти таким образом какую либо проблему и призвав к ее решению. Вот что говорит по этому поводу Е.Н. Давыборец: «Прямые линии» оказались тем инструментом, который мотивирует многих активно, через собственное участие, либо пассивно, через просмотр линии в прямом эфире, участвовать в политической жизни общества».

При этом некоторые факты могут указывать на то, что прямая линия положительным образом сказывается на рейтинге главы государства. «Пиковые значения положительной оценки деятельности Путина были зафиксированы на неделе «Прямой линии» (12-18 июня) - 84,6%»[81].

Хотя специалисты в области исследования общественного мнения не всегда согласны с тем, что существует прямая взаимосвязь между проведением «прямых линий» и повышением рейтинга главы государства. Например, вот что об этом говорит руководитель отдела социально-политических исследований «Левада-центра» Наталья Зоркая «Влияет ли при этом сама эта акция [на рейтинг] — думаю, прямой связи здесь нет. Думаю, здесь все-таки значительная часть людей понимает, что это демонстративная акция» [63].

Одна из позиций по этому вопросу (цель проведения «прямой линии») может быть выражена словами из статьи, посвященной нетрадиционным способам коммуникации власти и общества: «использование телекоммуникаций позволяет обращаться непосредственно к народу, содействуя легитимации политической власти лидеров, когда, например,

непосредственно в ходе «Прямой линии» или сразу после нее, президент решает конкретные проблемы обратившихся к нему людей» [60, с.3].

Исходя из этой цитаты можно предположить еще одну цель - легитимация власти за счет реальных решений и исполненных обещаний, которые прозвучали в ходе прямой линии. Таким образом, «прямая линия»-средство, позволяющее верховной власти получить жалобы от граждан страны, и затем решить их проблемы с целью своей легитимации, то есть способ повысить свою легитимность не сама прямая линия, а решение проблем, которые были *публично* озвучены гражданами.

Существует и точка зрения, указывающая на то, что прямая линия проводится с целью управления общественным мнением.

Давыборец Е.Н. в своей статье «Прямая линия президента с народом» как социально политическая технология» пытается доказать, что «прямая линия» на самом деле никакая не прямая, а заведомо срежиссированная и даже отрепетированная постановка и ее основная функция - манипуляция общественным сознанием. Она утверждает, что вопросы, которые были заданы президенту отбирались таким образом, чтобы не было слишком провокационных и злободневных, и в последствии даже репетировались. Некоторые темы, которые интересуют граждан, были намеренно проигнорированы, а на те, что прозвучали, по предположению Е.Н. Давыборец, штат консультантов подготовил ответы для Владимира Путина. Так-же как довод в пользу своей версии она приводит заявление Владимира Путина о том, что прямая линия это отчасти формальная процедура. Приведем пример: «В ходе 12-го телемоста Путин и сам заявлял, что это формат отчасти формальный, подразумевая его режиссуру и инсценировку» «При помощи “Прямых линий” происходит определенная дезинформация населения через акцентирование одной позиции, одной точки зрения и отвлечение внимания от других. Зачастую информация преподносится в “нужном” “свете”: президент отводит внимание граждан от насущных проблем, скрыто навязывая удобную власти картину» [18, с.61].

Под признанием Владимира Путина в том, что прямой эфир никакой не прямой, и все это лишь хорошо разыгранный спектакль, вероятнее всего подразумевается вот это, действительно имевшее место заявление Владимира Путина, произнесенное им в начале прямой линии 2013 года «Это формат уже известный. Конечно, в чём-то, может быть, формальный, но всё-таки очень полезный. Это совершенно точно и очевидно. Такие прямые контакты с гражданами дают очень верный срез того, что на данный момент времени волнует и интересует общество. Поэтому такой прямой обмен мнениями, прямая информация, получение обратной связи из регионов – чрезвычайно важно и в высшей степени полезно» [83].

Как можно заметить, однозначно интерпретировать это заявление как признание в том, что прямая линия лишь большой обман (режиссура и инсценировка) мы не можем. Скорее речь здесь идет о том, что на все поступившие в пресс-центр вопросы (в последний раз по утверждению ведущих их было более двух с половиной миллионов) не последует немедленной реакции в виде возбужденных уголовных дел, распоряжений коммунальным службам навести порядок в своем хозяйстве и так далее.

Напротив, президент говорит о важности и полезности получения обратной связи из регионов, что как раз может подразумевать процесс неподготовленного и неотрепетированного общения с гражданами.

Открытой информации по этому вопросу, кроме заявлений официальных лиц, встретить не удастся. При этом в академической среде все же явно присутствует неоднозначное отношение к тому, что «прямая линия» является открытой для любых вопросов в прямом эфире. На это указывают например такие фразы из немногочисленных статей, посвященных прямой линии, как приведенные выше (Е.Н. Давыборец) или ниже: « «прямая линия» — лишь имитация, иллюзия полноценного диалога с властителем. Априорно понятно, что задаваемые гражданами вопросы тщательно отбираются и снабжаются заранее подготовленными ответами; адресаты старательно фильтруются (а вдруг кто-то спросит что-нибудь «не то»?);

многочисленный штат координаторов и модераторов внимательно следит за установленной заранее очередностью вопросов» [7, с.20].

Таким образом, одной из целей, с которой приводится прямая линия, может быть манипуляция общественным мнением с целью поднять рейтинг В. Путина.

Еще одной возможной целью может быть создание положительного образа России на международной арене. Наличие такого механизма как прямой диалог власти и общества формирует за рубежом представление о России как о демократическом, правовом государстве, где власть не боится вступить в диалог с народом. Это может быть привлекательным для международных инвесторов. Это так же может способствовать улучшению имиджа самого В.В. Путина не только в России, но и за рубежом. Таким образом « «Прямые линии» способствуют улучшению внешнего имиджа России, её престижа на международной арене» [19, с.121].

Сам В.В. Путин отмечает и еще одну важную цель проведения «прямых линий»- «Кроме того, "Прямая линия" позволяет донести позицию руководства страны до народа.» Характерно, что эту функцию отмечают и многие граждане страны, так по данным «Левада центра» на вопрос «зачем нужна «прямая линия» с президентом «34% россиян, ответили: для того чтобы президент мог донести до населения страны политическую линию руководства России».[74]

Проведение этого мероприятия в качестве пиар акции рассматривают по тем же данным меньшее количество людей. «Выбрали ответ «Чтобы укрепить популярность и рейтинг Владимира Путина» 20% опрошенных.»

. Еще одной из целей может быть следующая- « «Прямая линия» приносит в общество стабильность, она успокаивает людей, дает им понять, что власть помнит о них, интересуется их проблемами» [19, с.121]. Отмечает это и сотрудник «Левада-центра», руководитель отдела социально-политических исследований «Это спектакль, с которым общество пока

соглашается, и он оказывает на него какое-то успокоительное воздействие» [63].

«Прямая линия» «стимулирует власти и должностных лиц различных уровней на надлежащее исполнение своих обязанностей» [19, с.121].

Подытожив вышесказанное, можно говорить о нескольких возможных целях проведения «прямой линии»:

1. Формирование имиджа В.В. Путина.
2. Влияние на общественное мнение при помощи показа «прямой линии» по телевидению.
3. Влияние на общественное мнение при помощи решения проблем, которые *публично* озвучены гражданами в ходе «прямой линии».
4. Масштабный опрос граждан, который позволяет выявить большой комплекс проблем, существующих в стране, и может стать материалом для последующего анализа этих проблем и их решения.
5. Формирование положительного имиджа России и В.В. Путина за рубежом.
6. Информирование населения о позиции власти по различным вопросам.
7. Мотивирование властей различного уровня работать лучше.
8. Снизить количество протестных настроений и беспокойства в обществе, показав обществу, что власть интересуется его проблемы.

Как можно заметить, эти цели не являются взаимоисключающими, соответственно они могут быть истинными как по отдельности, так и в совокупности.

Возможны и другие цели. В этой работе рассмотрены лишь социально-значимые.

КАКОЕ СООБЩЕНИЕ? В ходе «прямой линии» президент отвечает на самые разнообразные вопросы, и эта тема достаточно полно освещена в СМИ, приводятся различные обобщенные данные о том, на какие вопросы отвечал В.В. Путин. Обычно количество вопросов, задаваемых в ходе

трансляции, колеблется в районе 70 вопросов. На «прямой линии» 2017 года он ответил ровно на 70 вопросов, в 2016 на 80, в 2015 на 75, и т.д. Самая короткая по времени «прямая линия» была проведена в 2001 году, тогда В.В. Путин ответил на 45 вопросов. Вот какие данные приводит газета «Аргументы и факты» - «Самой длительной «Прямой линией» стала программа 2013 года — 4 часа 47 минут, ну а меньше всего времени Путин отвечал на вопросы в 2001 году — глава государства тогда уложился в 2 часа 20 минут. Общая продолжительность всех «Прямых линий» составила 42 часа 53 минуты, в среднем Путин за раз отвечал на 69 вопроса россиян, на что у него уходило около трёх с половиной часов» [79].

Вопросы и ответы, которые задаются на прямой линии можно условно разделить на несколько блоков. Внешняя политика, внутренняя политика, экономика, инфраструктура, личные просьбы, вопросы о самом президенте, детские вопросы и т.д.

В отечественных публикациях нет однозначного мнения о том, соответствуют ли заданные в ходе «прямой линии» вопросы тому, что в действительности интересует россиян. В этом вопросе логично довериться мнению специалистов по опросам общественного мнения: вот что говорит сотрудник «Левада Центра», руководитель отдела социально-политических исследований: «расхождение между теми вопросами, которые задают, и теми вопросами, которые люди хотели бы задать, существенно» [63].

Ответы президента, по данным опросов, удовлетворяют большинство россиян: «По данным ВЦИОМ большинство зрителей (76%) "Прямой линии" с президентом остались удовлетворены ответами главы государства на вопросы граждан».[66]

В публикациях, посвященных лингвистическому анализу «прямой линии» [напр.7, 18, 19] отмечается, что президент ведет диалог на высоком профессиональном уровне, чувствует аудиторию. При этом в работах не удается обнаружить лингвистического анализа вопросов, которые задаются президенту рядовыми гражданами (или от их имени), что особенно

непоследовательно в случаях, когда авторы считают, что вопросы были подготовлены заранее, т.к. в таком случае логично предположить, что не только ответ, но и сам вопрос транслируется с целью управления общественным мнением. Об этом могут свидетельствовать такие фразы, как «вы наша последняя надежда» и т.д.

Часто в СМИ и научных публикациях подчёркивается глубокая осведомленность президента о проблемах в стране. К примеру А.Д. Васильев подчеркивает, что можно заметить, что исходя из ответов можно сделать вывод, что президент глубоко осведомлен «буквально обо всем», и может оперировать даже малоизвестными статистическими данными [7, с.19]. Е.С. Шпуга отмечает то, что президент во время эфира показывает высокую грамотность и умение владеть русским языком, при этом использует просторечные выражения, что придает ему образ «своего»[60, с.96].

ПО КАКОМУ КАНАЛУ? Прямая линия обычно транслируется по федеральным телеканалам. Это «Первый канал», телеканал «Россия 1» и «Россия 24», а так же дублируется несколькими радиостанциями. Этот эфир дублируется на сайтах этих телестанций в интернете. Нет ни одного вида СМИ который в последствии не освящал бы «прямую линию»- она обсуждается в газетах и журналах, по радио, в интернете. Таким образом сообщение проходит несколько стадий- после показа по телевидению оно в неизменном либо измененном виде транслируется впоследствии многократно, данные обобщаются или как либо интерпретируются, проводятся соцопросы о отношении граждан к прямой линии, ответам президента, запомнившимся вопросам и т.п. Обсуждается она и между рядовыми гражданами, то есть в процессе горизонтальной коммуникации. В ходе прямой линии, а так же заранее в различных СМИ, объявляется о способах обратной связи- это может быть телефонный звонок, СМС, ММС, видеообращение, обращение через социальные сети в интернете, так же видеообращения через телевизионные включения из различных регионов страны.

ДЛЯ КАКОЙ АУДИТОРИИ? «Прямую линию» может посмотреть любой гражданин, у которого есть на это время, желание и доступ к телевизору либо к устройству, подключенному к сети интернет. Таким образом она рассчитана на максимально широкую аудиторию. Особенно если принять во внимание стиль в котором президент отвечает на вопросы (см. выше), дублирование на нескольких телеканалах, интернете и радио. Этот телеэфир является популярным, например в 2017 году по данным ВЦИОМ прямую линию посмотрели 66% россиян.[67] В рамках данной работы не представляется возможным сделать полноценный анализ российского общества как участника политической коммуникации, частично информация об этом представлена в 2 главе.

С КАКИМ РЕЗУЛЬТАТОМ? Однозначно ответить на этот вопрос не представляется возможным, учитывая то, что «прямая линия» рассчитана на широкую аудиторию, а соответственно на множество различных аудиторий, на которые вероятнее всего она оказывает различное действие. Частично на этот вопрос поможет ответить проведенное среди студентов исследование, посвященное их отношению к «прямой линии».

Выводы.

1. «Прямая линия» не является уникальным примером общения власти и общества посредством использования электронных средств связи. В мировой практике уже были подобные прецеденты.

2. Цели проведения прямой линии могут быть следующие:

2. 1. Влияние на общественное мнение при помощи показа «прямой линии» по телевидению.

2.2. Влияние на общественное мнение при помощи решения проблем, которые *публично* озвучены гражданами в ходе «прямой линии».

2.3. Масштабный опрос граждан, который позволяет выявить большой комплекс проблем, существующих в стране, и может стать материалом для последующего анализа этих проблем и их решения.

2.4. Формирование положительного имиджа России и В.В. Путина за рубежом.

2.5. Информирование населения о позиции власти по различным вопросам.

2.6. Мотивирование властей различного уровня работать лучше.

2.7. Снизить количество протестных настроений и беспокойства в обществе, показав обществу, что власть интересуется его проблемы.

Перечисленные цели могут быть истинными как в совокупности, так и по отдельности. Автор не исключает возможности существования и других целей, в данной работе перечислены, на наш взгляд, социально-значимые.

3.3. Отношение студентов к «прямой линии с президентом»

«Прямая линия» практически не освещена в отечественных научных трудах. На эту тему в открытых интернет-источниках опубликовано лишь несколько научных статей, в основном посвященных политической лингвистике. Существуют опросы исследовательских центров в нашей стране, посвященные «прямой линии», но некоторые важные выводы, исходя из их данных, мы сделать не можем. К тому же данные таких опросов не позволяют понять, какого мнения придерживаются разные социальные группы. Поэтому представляется важным провести исследование, посвященное отношению к «прямой линии» среди студентов, как среди потенциальной интеллектуальной (и возможно политической) элиты.

Гипотеза : Поскольку студенты- активные интернет-пользователи, и представители молодежи, то есть наиболее протестной группы населения, они в большинстве своем не доверяют информации о том, что «прямая линия

с президентом» дает реальную возможность диалога между властью и обществом.

Для того, чтобы узнать отношение студентов к «прямой линии» как к возможному каналу коммуникации между властью и обществом было проведено анкетирование среди студентов УрГПУ. В исследовании приняло участие 102 человека. Образец анкеты - приложение 1.

Для анализа данных была использована программа «vortex 10».

По итогам анализа можно сделать следующие выводы:

Гипотеза, о том что поскольку студенты- активные интернет-пользователи, и представители молодежи, то есть наиболее протестной группы населения, то они в большинстве своем не доверяют информации о том, что «прямая линия с президентом» дает реальную возможность диалога между властью и обществом- не подтвердилась. 64% опрошенных ответили, что вопросы, которые задавались президенту, не были отобраны заранее, он мог их разве что предположить, и у него не было заранее подготовленных ответов. Это наглядно показано на графике (приложение 2). Это может быть как свидетельством доверия к В.В. Путину, так и реалистичности «прямой линии» как заявленного формата (прямое общение президента и граждан с помощью электронных средств связи, когда задать свой вопрос может любой, кто дозвонится на передачу). Вероятнее всего срабатывают оба фактора .В пользу первого говорит то, что В. Путин единственный желанный ответчик на «прямой линии», это отметили более половины респондентов, 30% считают что он успешен во внутренней политике(приложение 9) и 63% - успешен во внешней политике (приложение 10) В пользу второго- то, что 43% респондентов отмечают что по ее итогам проводятся проверки в различных ведомствах, 61 % отмечает, что она нужна (либо с участием В. Путина, либо еще с каким-нибудь государственным деятелем)

Хотя высок процент тех, кто считает, что некоторые вопросы были намерено исключены, так ответили 24 % от общего числа опрошенных, 13 %

считают, что были проигнорированы большинство волнующих россиян вопросов.

Эти и дальнейшие процентные данные округлены до целых значений.

Политикой интересуются около половины опрошенных. При этом среди опрошенных существует явное ядро полностью аполитичных или даже абсентеистов. На вопрос «оцените по десятибалльной шкале насколько сильно вы интересуетесь политикой, где один балл совсем не интересуюсь, 10 баллов- очень сильно интересуюсь - ответы распределились таким образом, что на графике самыми большими показателями оказались 1 и 3 (приложение 4).

При этом основная часть студентов (61%) действительно узнает новости о политике из интернета (приложение 3)

53% опрошенных не хотели бы, чтоб «прямая линия» проходила с кем либо, кроме В. Путина. 18% назвали имя или должность того, с которым еще, кроме В. Путина, хотели бы чтоб была подобная прямая линия. 29 % оставили вопрос без ответа. Дело в том, что в анкете указано – если вы не считаете, что «прямая линия» нужна, переходите к следующему вопросу. Соответственно можно говорить о том, что В. Путин является наиболее влиятельным и/или популярным с точки зрения большинства опрошенных политиком, при этом 29 % не считают «прямую линию» полезной, интересной, либо нужной по какой то другой причине.

43% считают, что по итогам проведения «прямых линий» проводятся проверки в различных ведомствах. 30% считают что это не так. 27% не определились с ответом на этот вопрос (приложение 5). 39% от общего числа ответивших считают что подобные проверки положительно сказываются на положении дел в стране (наглядно показано в приложении 7).

Тем, кто смотрел «прямую линию» было предложено ответить на вопрос «считаете ли вы, что некоторые острые вопросы, волнующие россиян были намеренно проигнорированы и не прозвучали в эфире?» 14% ответили что намеренного замалчивания вопросов не было, 24% отвечают что были

проигнорированы некоторые вопросы и 12% считают что были исключены большинство вопросов, которые волнуют россиян. 51% опрошенных не стал отвечать на этот вопрос, т.к. либо не смотрели прямую линию (тем, кто ее не смотрел было предложено пропустить этот вопрос) либо по другой причине, возможно замешательство вызвало отсутствие варианта «затрудняюсь ответить» (приложение 6)

Задать вопрос президенту, если бы появилась такая возможность, готовы 22,5% опрошенных. 77,5% не стали бы этого делать. Это говорит о том, что проявлять свою политическую позицию таким образом не желают большинство опрошенных, возможные объяснения - у них нет вопросов, которые по их мнению важны для того, чтобы их озвучить именно президенту, или же они не думают, что задав вопрос они что то изменят.

При этом существует сильная связь между недоверием к тому, что заявленный формат «прямой линии» является истинным (для анализа 4 значения которые наглядно представлены в приложении 2 были объединены в 2 переменные - «доверяют» и «не доверяют») и недовольством материальным положением опрошенного. Анализ показал сильную связь. (Гипотеза подтверждается с вероятностью ошибки 0,02. Поскольку вероятность ошибки меньше 0,05, то можно сделать вывод, что связь между переменными существует. Значение коэффициента: 0,553. Положительное значение коэффициента свидетельствует о наличии прямой связи: чем больше "недовольные материально" тем больше "не доверяют " Сила связи: связь сильная.)

Соответственно сильная взаимосвязь между тем, довольны ли опрашиваемые своим материальным положением и доверяют ли они тому, что вопросы, которые задавались президенту не были подготовлены заранее и не было заранее заготовленных ответов (Гипотеза подтверждается с вероятностью ошибки 0,045. Поскольку вероятность ошибки меньше 0,05, то можно сделать вывод, что связь между переменными существует. Значение коэффициента: 0,512 Положительное значение коэффициента

свидетельствует о наличии прямой связи: чем больше "довольные материально" тем больше "доверяют" Сила связи: связь сильная.)

На вопрос, «какой вопрос вы задали бы президенту, если у вас была бы такая возможность?» было предложено либо выбрать вариант «не стал бы задавать вопрос», либо написать вопрос. Проверяем гипотезу: "недовольные материально" влияет на "никакой". («никакой» - название переменной, в которой отражено значение, где опрошенный не написал вопрос) Вопрос задали те, кто недоволен своим материальным положением. (Проверяем гипотезу: "недовольные материально" влияет на "никакой". Гипотеза подтверждается с вероятностью ошибки 0,02. Поскольку вероятность ошибки меньше 0,05, то можно сделать вывод, что связь между переменными существует. Значение коэффициента: -0,613 Отрицательное значение коэффициента говорит об обратной связи: чем больше "недовольные материально" тем меньше "никакой". Сила связи: связь сильная.

При этом какой либо взаимосвязи между тем, хотели бы опрошенные *лично* пообщаться с президентом и их материальным положением нет. Как нет этой связи и с мнением о том, проводятся ли по итогам прямой линии проверки в различных ведомствах и есть ли от этого польза для страны, и, что наиболее характерно, с мнением о том, что важные вопросы были проигнорированы. Соответственно речь не может идти о том, что опрошенные стремятся задать вопрос для того чтобы получить на него ответ или чтобы в результате произошли какие либо изменения.

Наглядно это продемонстрировано на графике (приложение 8) и в таблице (приложение 9).

Вывод из этого может быть такой – студенты, недовольные своим материальным положением хотели бы задать президенту вопрос для того, чтобы удовлетворить свои протестные амбиции, а не для того, чтобы в результате произошли позитивные изменения.

Из этого мы можем сделать следующие выводы:

В большинстве своем (64%) студенты доверяют тому, что «прямая линия с президентом» представляет собой реальную возможность диалога между властью и обществом. Гипотеза была обратной, и она не подтвердилась. Вероятнее всего это может быть как свидетельством доверия к В.В. Путину, так и реалистичности «прямой линии» как заявленного формата (прямое общение президента и граждан с помощью электронных средств связи, когда задать свой вопрос может любой, кто дозвонится на передачу).

39% считают, что проведение «прямых линий» полезно, т.к. в результате проводятся проверки в различных ведомствах, что положительно сказывается на положении дел в стране.

77,5% опрошенных не стали бы задавать вопрос президенту. Это говорит о том, что проявлять свою политическую позицию таким образом не желают большинство опрошенных, возможные объяснения - у них нет вопросов, которые по их мнению важны для того, чтобы их озвучить именно президенту, или же они не думают, что задав вопрос они что то изменят.

Свой вопрос задали бы президенту 25 опрошенных из 102. При этом большинство из тех кто задал бы вопрос недовольны своим материальным положением (19 вопросов). Характерно, что они чаще всего не верят в то, что заданные президенту вопросы влияют на улучшение дел в стране. То есть основная масса тех, кто склонен к осуществлению подобной коммуникации вероятнее всего хотят лишь удовлетворить таким образом свои протестные амбиции.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В работе в ходе сопоставления различных определений было доказано, что универсальным определением политической коммуникации может являться «процесс общения между участниками политической деятельности».

Были выявлены основные этапы становления теории политической коммуникации, ее основные модели и положения. Условно выделены три этапа- 1 – этап, когда политическая коммуникация рассматривалась в рамках общей теории коммуникации, 2 – появление научных трудов, касающихся политической коммуникации как объекта отдельного изучения, 3- институализация политической коммуникативистики и по наши дни. Было показано, что коммуникативистика, или коммуникология, в том числе политическая, является междисциплинарной областью знаний, а так же то, что хотя коммуникация является одной из важнейших составляющих политики, она стала предметом отдельного изучения лишь в 20-е годы прошлого столетия, фундаментальные труды на эту тему появляются в период после Второй мировой войны, а институализация политической коммуникации как научного направления начинается с 70-х годов.

Были обозначены основные теории и модели политической коммуникации, отслежены происходившие в этой области изменения, определены основные позиции разных этапов изучения политической коммуникации относительно возможности влияния политической информации на общественное мнение. Указано, что в ранних исследованиях политической коммуникации подчеркивалась высокая степень эффективности влияния СМИ на аудиторию. Позднее, с 50х годов эта позиция сменилась на противоположную. С осознанием значимости «горизонтальной» коммуникации и увеличением количества исследований

научное сообщество приходит к осознанию относительности и даже мало значимости влияния СМИ на общественное мнение. На следующем этапе- с 70-х годов- в целом можно говорить о возврате к убеждению о большом влиянии СМИ на общественное мнение, что связано с увеличившимся объемом и качеством знаний о политической коммуникации, что позволяло более действенно управлять общественным мнением. В дальнейшем появляется множество работ, указывающих на факторы, которые мешают эффективной коммуникации, и проследить какое либо доминирующее направление в коммуникативистике по этому вопросу затруднительно.

Было отмечено, что с 50-х годов научное сообщество начинает все больше внимания уделяться наличию «обратной связи» в коммуникативном процессе, что выразилось в дополнении ранних моделей односторонней политической коммуникации «петлей обратной связи».

Показано, что с распространением интернета стало уделяться больше внимания «горизонтальной коммуникации». Отмечен большой потенциал интернета как для осуществления межличностной, неформальной коммуникации, так и для государственного информирования населения, а также получения сигналов «обратной связи» от населения - государством.

При рассмотрении политической коммуникации в нашей стране в начале были сформулированы особенности политической коммуникации в СССР, путем анализа научной литературы выявлены характерные черты советской политической коммуникации. Был сделан вывод о большом влиянии на ее реализацию деятельности В.И. Ленина, влиянии его личных позиций по этому поводу и созданных во время его правления централизованных органах контроля СМИ, представлены выводы об особенностях советской политической коммуникативистики. Этой особенностью была критика коммуникативистики стран капиталистического лагеря с позиций марксизма-ленинизма.

Сформулированы особенности политической коммуникации в России, при этом были не только названы имеющиеся каналы коммуникации и ее

особенности, но и даны характеристики ее участников – политической элиты и гражданского общества России. На основе сопоставления этих характеристик была охарактеризована отечественная политическая коммуникация и обозначены дальнейшие перспективы. Было показано, что политическая коммуникация в современной России преимущественно вертикальная, протекает по вектору «от власти к обществу». Содержательно она представляет из себя воздействие на общественное мнение при помощи СМИ (преимущественно телевидения) в интересах правящей элиты. Перспективы благоприятного развития зависят от формирования в стране гражданского общества. Было показано, что единого мнения по поводу реальности такой перспективы как сформировавшееся гражданское общество в России в научной среде нет, хотя в последнее время можно отметить увеличившееся количество позитивных экспертных оценок формирования гражданского общества в нашей стране.

Затем как один из элементов политической коммуникации была охарактеризована «прямая линия с президентом».

Для этого была применена пятиступенчатая модель коммуникации Г.Лассуэла, (кто-какое сообщение-по какому каналу- для какой аудитории- с каким результатом)- производит коммуникативный акт. Для полноты рассмотрения данная модель была дополнена еще одной позицией- (с какой целью). Была дана характеристика каждой из этих позиций. К примеру, в качестве возможных целей были названы: влияние на общественное мнение при помощи показа «прямой линии» по телевидению; влияние на общественное мнение при помощи решения проблем, которые *публично* озвучены гражданами в ходе «прямой линии»; масштабный опрос граждан, который позволяет выявить большой комплекс проблем, существующих в стране, и может стать материалом для последующего анализа этих проблем и их решения; формирование положительного имиджа России и В.В. Путина за рубежом; информирование населения о позиции власти по различным

вопросам; мотивирование властей различного уровня работать лучше; снижение количества протестных настроений и беспокойства в обществе.

Было показано, что «прямая линия» не является уникальным явлением в мировой практике, подобный способ информационного взаимодействия политического лидера и общества встречается в других странах.

В работе было выявлено отношение студентов УрГПУ к «прямой линии» и их заинтересованности политикой, для этого был произведен анализ 102 анкет, заполненных студентами.

Было показано, что в большинстве своем студенты доверяют тому, что прямая линия является реальным инструментом прямого диалога президента и общества, так же около половины из них считает, что по ее итогам проводятся проверки в различных ведомствах. Было доказано, что существует сильная взаимосвязь между удовлетворенностью материальным положением опрашиваемого и доверием к тому, что вопросы и ответы, прозвучавшие в эфире прямой линии не были заранее подготовлены.

Выяснилось, что большинство опрошенных не стали бы задавать вопрос президенту. Это говорит о том, что проявлять свою политическую позицию таким образом не желают большинство опрошенных, возможные объяснения - у них нет вопросов, которые по их мнению важны для того, чтобы их озвучить именно президенту, или же они не думают, что задав вопрос они что то изменят.

. При этом большинство из тех кто задал бы вопрос недовольны своим материальным положением (19 вопросов из 25). Характерно, что они чаще всего не верят в то, что заданные президенту вопросы влияют на улучшение дел в стране. То есть основная масса тех, кто склонен к осуществлению подобной коммуникации, вероятнее всего хотят лишь удовлетворить таким образом свои протестные амбиции.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бакарджиев Я. В. Государственная и политическая власть: вопросы соотношения // Вестник ОмГУ. Серия. Право. 2011. №3. С.45-49.
2. Белоусов А. Б. Уральское отделение Российской академии наук/ Институт философии и права/ Лоббизм как политическая коммуникация: основы теоретического моделирования /Диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук /Екатеринбург – 2004. 58 с.
3. Бокерия С. А., Диева А. А/ Опыт информационной пропаганды в СССР как инструмент мягкой силы // Вестник РУДН. История России. 2015. №3. С.81-89.
4. Булюлина Е. В., Токарева Л. С. Документы местных органов политической цензуры СССР 1922-1991 гг. // Известия ТПУ. 2012. №6. С.162-166.
5. Быков И. А. Сетевая политическая коммуникация: Теория, практика и методы исследования: монография. - СПб.: ФГБОУ ВПО «СПГУТД», 2013. 200 с.
6. Бялт В.С., Демидов А.В. Перспективы становления гражданского общества в Российской Федерации// Ленинградский юридический журнал. 2017. №2 (48). С.47-54.
7. Васильев А. Д. Свои и чужие в контексте программы «Прямая линия с Владимиром Путиным» (2014) // Политическая лингвистика. 2015. №4. С.18-24.
8. Володенков С. В. Коммуникационные основы современного политического управления // Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2011. №3. С.74-78.
9. Володенков С. В. Политическая коммуникация как инструмент распределения власти в системе отношений «Государство-общество» // Государственное управление. Электронный вестник. 2017. №62. С.104-118.

10. Воронцов С. А., Понеделков А. В. Проблемы взаимодействия государства, бизнеса и гражданского общества в современной России // Вестник ПАГС. 2016. №5 (56). С.4-10.
11. Воронцов С. А., Понеделков А. В. Россия 2017: роль и место федеральных и региональных элит // Власть. 2017. №1. С.18-24.
12. Гарольд Лассуэл Техника пропаганды в мировой войне\сокращенный перевод с английского в обработке Н.М. Потапова с предисловием М. Гуса; государственное издательство отдел военной литературы Москва 1929 Ленинград. 201 с.
13. Государственная политика: методология, практика, направления совершенствования. Материалы международной научно-практической конференции (25 мая 2016 г.). Т. 2 / Под редакцией д. ист. н. П.А. Меркулова. – Орёл: Изд-во ОФ РАНХиГС, 2016. 314 с.
14. Грачев М. Н. К вопросу об определении понятий «Политическая коммуникация» и «Политическая информация» // Вестник РУДН. Серия: Политология. 2003. №4. С.34-42.
15. Грачев М. Н. Политическая коммуникация Источник: Вестник Российского университета дружбы народов. –Серия: Политология. – 1999. – № 1. – С. 24–39.
16. Грачев М. Н. Политическая коммуникация: генезис концепции // Политические коммуникации XXI века: гуманистические аспекты // Материалы межвузовской научно-практической конференции 25 марта 2002. М., 2002. С. 7–15.
17. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: Монография. – М.: Прометей, 2004. – 328 с.
18. Давыборец Е. Н. «Прямая линия президента с народом» как социально-политическая технология // Социологические исследования. 2015. № 4. С. 57-62 ID статьи 5191.

19. Давыборец Е. Н., Оврах Н. К. «Прямые линии с Владимиром Путиным» как механизм демократии // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2016. №3 (38). С.117-125.
20. Зазаева Н. Б. Политические коммуникации в современной России // Власть. 2012. №7. С.63-66.
21. Иванов В.Н., Назаров М.М. Информационное потребление и политические ориентации // Социологические исследования. 2000. № 7. С. 85-89.
22. Ишкинеева Ф. Ф. Роль информационно-коммуникационных технологий в организации эффективного взаимодействия власти и общества // Вестник ЧелГУ. 2013. №21 (312). С.254-257.
23. Киселев В. О. Доверие к политическим институтам в России: опыт социологического мониторинга // Мониторинг. 2014. №6 (124). С.51-64.
24. Койбаев Б. Г. Государственная власть и институты гражданского общества в конституционно-правовом пространстве Российской Федерации // Гуманитарные и юридические исследования. 2015. №3. С.62-67.
25. Лассвелл Гарольд Д. Стратегия советской пропаганды // Политическая лингвистика. 2009. №27. С.179-184.
26. Лебедев С. В. «Теоретико-методологические проблемы политической коммуникации в трудах российских ученых» // Государственное управление. Электронный вестник. 2012. №32. С.14.
27. Ленин В. И. Полное собрание сочинений Том 39. издательство политической литературы Москва. 1967. 588 с.
28. Ленин В. И. Полное собрание сочинений Том 4. издательство политической литературы Москва. 1967. 588 с.
29. Ленин В. И. Полное собрание сочинений Том 41. издательство политической литературы Москва. 1967. 588 с.
30. Ленин В. И. Полное собрание сочинений Том 45. издательство политической литературы Москва. 1967. 588 с.

31. Ленин В. И. Полное собрание сочинений Том 47. издательство политической литературы Москва. 1967. 588 с.
32. Ленин В. И. Полное собрание сочинений Том 5. издательство политической литературы Москва. 1967. 588 с.
33. Ленин В. И. Полное собрание сочинений Том 7 Сентябрь 1902 ~ сентябрь 1903. издательство политической литературы Москва. 1967. 622 с.
34. Луман Н. Невероятность коммуникации Перевод с немецкого А. М. Ложеницина под редакцией Н. А. Головина // Проблемы теоретической социологии. Вып 3 / отв. ред. А. О. Бороноев. СПб.: Изд-во С.-Петерб ун-та, 2000. С. 16–35.
35. Луман Н. Л Общество как социальная система. Пер. с нем./ А. Антоновский. М: Издательство "Логос". 2004. 232 с.
36. Лыткина Л. В. Политическая коммуникация в поле медийного пространства (исторический Аспект) // Управленческое консультирование. 2017. №5 (101). С.150-161.
37. Максимова Е. А. Политическая коммуникация как форма информационного взаимодействия //Вестник МГЛУ 2013. №2 (662) С.127-133.
38. Марков Е. А. Власть и СМИ в России: история взаимодействия // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2010. №123. С. 85-89.
39. Марков Е. А. Государственное влияние в российских СМИ // Среднерусский вестник общественных наук. 2012. №4-1. С.91-94.
40. Мельников А. В, Меркулов С. С. Взаимодействие гражданского общества и государственной власти в деле противодействия политическому экстремизму в современной России: содержание и приоритеты // Управленческое консультирование. 2017. №7 (103). С.37-43.
41. Морозова Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. – М.: “Российская политическая энциклопедия” (РОССПЭН), 1999. 247 с.

42. Нахимова Е.А. «Прямая линия» с народом»: президентские ответы на детские вопросы // Политическая лингвистика. 2016. №2. С. 92-98.
43. Орлов М.О. Данилов С.А. Философия и общество, № 4, октябрь – декабрь 2008 С.126–131.
44. Перевалова К. Г. Политическая коммуникация в контексте культурологии // Вестник ЗабГУ. 2010. №8. С.80-84.
45. Пименов Н.П. Сравнительный анализ теоретико-методологических подходов к изучению современных политических коммуникаций // Известия АлтГУ. 2014. №4 (84). С.295-299.
46. Расходчиков А. Н. Информационно-коммуникационное взаимодействие власти и общества: в поиске эффективных технологий // Мониторинг. 2017. №2 (138). С.263-273.
47. Савельев А. И. Взаимодействие политических акторов в системе политической коммуникации/ А. И. Савельев // Международный научно-исследовательский журнал. — 2016. — № 8 (50) Часть 1. — С. 135—137.
48. Север России: стратегии и перспективы развития : материалы III Всерос. науч.-практ. конф. (г. Сургут, 26 мая 2017 г.) : в 3 т. – Сургут. гос. ун-т. – Сургут : ИЦ СурГУ, 2017. – Т. I. – 306 с.
49. Соловьев А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации. – Полис. Политические исследования. 2002. № 3. С. 5-18.
50. Старостин А. М., Понеделков А. В., Швец Л. Г. Гражданское общество в России в контексте трансфера инноваций // Власть. 2016. №5. С.5-15.
51. Туманова Г. А. Роль прецедентных феноменов в реализации стратегии убеждения (на материале русско- и немецкоязычных политических ток-шоу) // Политическая лингвистика. 2015. №1. С.132-137.
52. Туронок С. Г. Интернет и политический процесс // Новое литературное обозрение. 2001. № 2. С. 51–63.

53. Тухватулина Л. Р. Принципы классификации моделей коммуникации // Вестник ТГПУ. 2006. №7. С.49-53.
54. Хоркхаймер Макс, Теодор В. Адорно Диалектика просвещения. Философские фрагменты Перевод с немецкого М. Кузнецова "Медиум""Ювента" Москва - Санкт-Петербург 1997. 312 с.
55. Цыганков П.А. Международные процессы в условиях глобализации: проблема эффективной коммуникации // Вестник Московского университета. – Сер. 18: Социология и политология. – 1999. – № 4. – С. 56-65.
56. Черных А.И. Социология массовых коммуникаций. Издательский дом ГУ ВШЭ Москва 2008. - 445с.
57. Чудинов А.П. Современная политическая коммуникация: Учебное пособие // Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2009. – 292 с.
58. Шарков Ф. И. Политическая коммуникация в современном информационном обществе // PolitBook. 2012. №2. С.121-130.
59. Шарков Ф. И. Политическое сознание политическая практика политическая коммуникация // PolitBook. 2014. №1. С.153-165.
60. Шпуга Е. С. Неформальные средства коммуникации политических лидеров современной России // Теория и практика общественного развития. 2013. №12. С.96.
61. Юферева А.С. К вопросу о становлении политической коммуникативистики в советский период // Дискурс-Пи. 2016. №3-4. С.213-216.
62. «Прямая линия с Владимиром Путиным»: первые впечатления [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116276/> (дата обращения: 03.10.2017).
63. «Прямая линия» не влияет на рейтинг [Электронный ресурс] // Левада-Центр. URL: <http://www.levada.ru/2016/04/18/pryamaya-liniya-ne-vliyaet-na-rejting/> (дата обращения: 18.09.2017).

<https://www.kommersant.ru/doc/275511/> [Электронный ресурс] // Коммерсант. URL: (дата обращения: 14.10.2017).

65. Антон Алиханов попросил у Владимира Путина денег на онкоцентр [Электронный ресурс] // Коммерсант. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3385545/> (дата обращения: 18.09 2017).

66. ВЦИОМ: большинство зрителей «Прямой линии» удовлетворены ответами Путина [Электронный ресурс] // ТАСС. URL: <http://tass.ru/obschestvo/3230756> / (дата обращения: 07.10.2017).

67. ВЦИОМ: ответами Путина на «прямой линии» довольно рекордное число россиян [Электронный ресурс] // Московский Комсомолец. URL: <http://www.mk.ru/politics/2017/06/20/vciom-otvetami-putina-na-priamoj-linii-dovolno-rekordnoe-chislo-rossiyan.html/> (дата обращения: 07.10.2017).

68. ВЦИОМ: сверхвысокий уровень одобрения работы Путина держится уже полтора года [Электронный ресурс] // ТАСС. URL: <http://tass.ru/politika/2554639/> (дата обращения: 12.09.2017).

69. Гуняшев Е.В. Политическая коммуникация: в поисках универсального подхода [Электронный ресурс] // URL: http://www.mosgu.ru/nauchnaya/nauch_trudy/articles/Guniashev_Political-Communication.pdf/ (дата обращения: 09.10.2017).

70. Держаться линии. Владимир Путин поручил псковскому губернатору разобраться с аварийным жильем и долгами по зарплате [Электронный ресурс] // Российская газета. URL: <https://rg.ru/2017/08/14/reg-szfo/putin-peredal-gubernatoru-turchaku-zelenuiu-parku.html/> (дата обращения: 18.09.2017).

71. Дискуссия вокруг рейтинга доверия граждан к власти не должна скатываться к обвинениям в ангажированности «Левада-Центра» [Электронный ресурс] // ПОЛИТАНАЛИТИКА. URL: <http://www.politanalitika.ru/sociology/diskussiya-vokrug-reytinga->

doveriya-grazhdan-k-vlasti-ne-dolzha-skatyvatsya-k-obvineniyam-v-angazhi/
(дата обращения: 21.08.2017).

72. Доверие СМИ и готовность высказывать свое мнение [Электронный ресурс] // Левада-Центр. URL: <http://www.levada.ru/2016/08/12/14111/> (дата обращения: 10.09.2017).

73. Как правители общаются с подвластными им народами [Электронный ресурс] // Деловой Петербург. URL: https://www.dp.ru/a/2016/04/13/Kak_prezidenti_obshhajutsja_s/ (дата обращения: 01.09.2017).

74. На «Прямой линии» россиян заинтересовали слова Путина о войне и кризисе [Электронный ресурс] // Левада-Центр. URL: <http://www.levada.ru/2015/04/23/na-priamoj-linii-rossiyan-zainteresovali-slova-putina-o-vojne-i-krizise/> (дата обращения: 01.10.2017).

75. Никколо М [Электронный ресурс] URL: <http://nikkolom.ru/> (дата обращения: 26.10.2017).

76. Новое о цифровой грамотности, или россияне осваиваются в сети [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115657/> (дата обращения: 23.09.2017).

77. Опора на общество. Власть призывает усилить гражданский контроль [Электронный ресурс] // Российская газета. URL: <https://rg.ru/2017/11/03/putin-grazhdane-dolzheny-kontrolirovat-organy-vlasti.html/> (дата обращения: 11.09.2017).

78. Песков: "Прямая линия" - лучший в мире соцопрос, президент использует его в своей работе [Электронный ресурс] // ТАСС. URL: <http://tass.ru/politika/3184690/> (дата обращения: 26.08.2017).

79. Продолжительность «Прямых линий» С Путиным. Инфографика [Электронный ресурс] // Аргументы и факты. URL: http://www.aif.ru/dontknows/infographics/prodolzhitelnost_pryamyh_linij_s_putinyum_infografika/ (дата обращения: 22.09.2017).

80. Путин В. В. Послание Федеральному Собранию Российской Федерации [Электронный ресурс] // Официальный сайт Президента России. URL: www.kremlin.ru. / (дата обращения: 20.10.2017).

81. Рейтинги партий, доверия политикам, одобрения работы государственных институтов [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116303/> (дата обращения: 18.08.2017).

82. Россия вновь оказалась на дне мирового рейтинга свободы прессы [Электронный ресурс] // NEWSru. URL: <http://www.newsru.com/world/26apr2017/freedom.html/> (дата обращения: 29.09.2017).

83. Стенограмма «Прямой линии» с Владимиром Путиным [Электронный ресурс] // Российская газета. URL: <https://rg.ru/2013/04/25/stenogramma-site.html/> (дата обращения: 29.10.2017).

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Анкета

Здравствуйте, уважаемый участник опроса. Прошу Вас принять участие в исследовании, целью которого является изучение мнений по теме «прямая линия с Владимиром Путиным». Заполнение анкеты не займет у вас много времени. Я очень прошу ВАС отнестись с пониманием к предложенной задаче и серьезно ответить на ВСЕ вопросы. Данные, полученные в результате опроса, будут использованы только для написания ВКР, и не будут публиковаться или разглашаться. При заполнении обведите номер вашего ответа кружком.

1. Состоите ли Вы в какой либо политической партии?

1. да 2. нет

2. Принимали ли вы участие в голосовании на выборах президента в 2012 и (или) в 2008 году?

1. да 2. нет

3. Оцените по 10-балльной шкале, насколько сильно Вы интересуетесь политикой?
(где 1 балл – совсем не интересуюсь, 10 баллов – очень интересуюсь, это одна из моих любимых тем) .

- | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

4.Считаете ли Вы, что Владимир Путин успешно ведет внешнюю политику государства?

- 1.да 2.скорее да 3.не могу определиться 4.Скорее нет 5.нет

5.Считаете ли вы, что Владимир Путин успешно ведет внутреннюю политику государства?

- 1.да 2.скорее да 3.не могу определиться 4.Скорее нет 5.нет

6. Довольны ли вы своим материальным положением?

- 1.да 2.скорее да 3.не могу определиться 4.Скорее нет 5.нет

7. Откуда вы чаще всего узнаете новости о политике? (выберите только один вариант)

- 1.телевизор 2.интернет 3.газеты 4.радио 5.от друзей 6. другое

8. Смотрели ли вы (полностью или частично) «прямую линию с Владимиром Путиным», прошедшую в 2017 году?

1. Да.
2. Нет (перейти к вопросу 11)

9. Насколько полными были ответы Владимира Путина на прозвучавшие в эфире вопросы? (оцените по 10-балльной, где 1 балл - Президент уклонился от прямого ответа на большинство заданных вопросов; 10 баллов - Президент исчерпывающе ответил на все заданные вопросы).

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

10. Считаете ли вы, что некоторые острые вопросы, волнующие россиян были намеренно проигнорированы и не прозвучали в эфире?

1. Нет, намеренного замалчивания острых вопросов не было.
2. Некоторые волнующие россиян вопросы были намеренно исключены и потому не прозвучали в эфире.
3. Были исключены большинство вопросов, которые в действительности интересуют россиян.

11. Считаете ли вы, что по итогам «прямых линий с президентом» проводятся проверки в различных ведомствах?(если нет- перейдите к вопросу 13)

1.да 2.скорее да 3.не могу определиться 4.Скорее нет 5.нет

12. Считаете ли вы, что подобные проверки положительно сказываются на положении дел в стране?

1.да 2.скорее да 3.не могу определиться 4.Скорее нет 5.нет

13.Считаете ли вы, что жизнь россиян за последние 15 лет изменилась в лучшую сторону?

1.да 2.скорее да 3.не могу определиться 4.Скорее нет 5.нет

14. Считаете ли вы что проведение «прямых линий с президентом» мотивирует чиновников работать лучше?

1.да 2.скорее да 3.не могу определиться 4.Скорее нет 5.нет

15.С каким из этих утверждений вы согласны (выберите 1 вариант)

1. В ходе прямой линии задавались вопросы, которые президент мог разве что предположить, и заведомо подготовленных ответов на конкретные вопросы у него не было.
2. Некоторые вопросы и ответы были подготовлены заранее, но большинство вопросов, на которые был дан ответ, не были заведомо известны президенту.
3. Большинство вопросов были срежиссированы заранее, у президента были заранее подготовлены на них ответы, и лишь небольшая часть прозвучавших вопросов не были известны президенту заранее.
4. Все вопросы были заведомо подготовлены, и у президента были заранее заготовлены ответы на каждый прозвучавший вопрос.

16. Влияет ли на Ваш взгляд проведение «прямых линий с президентом» на уровень доверия к Владимиру Путину у населения?(выберите только один вариант)

1. Проведение «прямой линии с президентом» повышает уровень доверия к президенту у россиян.
2. Проведение «прямой линии с президентом» не влияет на уровень доверия россиян к президенту.
3. Проведение «прямых линий с президентом» отрицательно сказывается на уровне доверия россиян к президенту.

17. Какой вопрос Вы задали бы Владимиру Путину если у вас появилась бы эта возможность?(если вы не стали бы этого делать, переходите к следующему вопросу)

18. С участием какого российского чиновника, кроме Владимира Путина вы бы хотели чтобы была организована подобная «прямая линия»?(если вы считаете, что «прямые линии» не нужны вообще, переходите к следующему вопросу)

- | | |
|--|--|
| 1. Больше ни с кем, кроме Владимира Путина | 2. Укажите фамилию чиновника или его должность |
|--|--|
-

19. Хотели бы вы, чтобы В.В. Путин выдвинул свою кандидатуру на следующих президентских выборах?»?

- | | | | | |
|------|-------------|------------------------|--------------|-------|
| 1.да | 2.скорее да | 3.не могу определиться | 4.Скорее нет | 5.нет |
|------|-------------|------------------------|--------------|-------|

20. Проголосуете ли Вы за Владимира Путина на следующих выборах (при условии что он выдвинет свою кандидатуру) ?

1. Я не пойду на выборы.
2. Я проголосую за Владимира Путина т.к. одобряю его деятельность на посту президента России.
3. Я проголосую за Владимира Путина т.к. думаю что не будет других достойных кандидатов.
4. Я проголосую за Владимира Путина по другой причине.
5. Я пока не определился, за кого собираюсь голосовать.
6. Я проголосую за другого кандидата.
7. Я испорчу бюллетень.

21. Хотели бы вы лично, с глазу на глаз, в неформальной обстановке, побеседовать с Владимиром Путиным?

- | | | | | |
|------|-------------|------------------------|--------------|-------|
| 1.да | 2.скорее да | 3.не могу определиться | 4.Скорее нет | 5.нет |
|------|-------------|------------------------|--------------|-------|

22. Укажите название вашего факультета

.

23. Укажите ваш курс

24. Укажите ваш возраст

Возраст:

25. Укажите ваш пол

пол: 1. М 2. Ж

Благодарю ВАС за содействие.

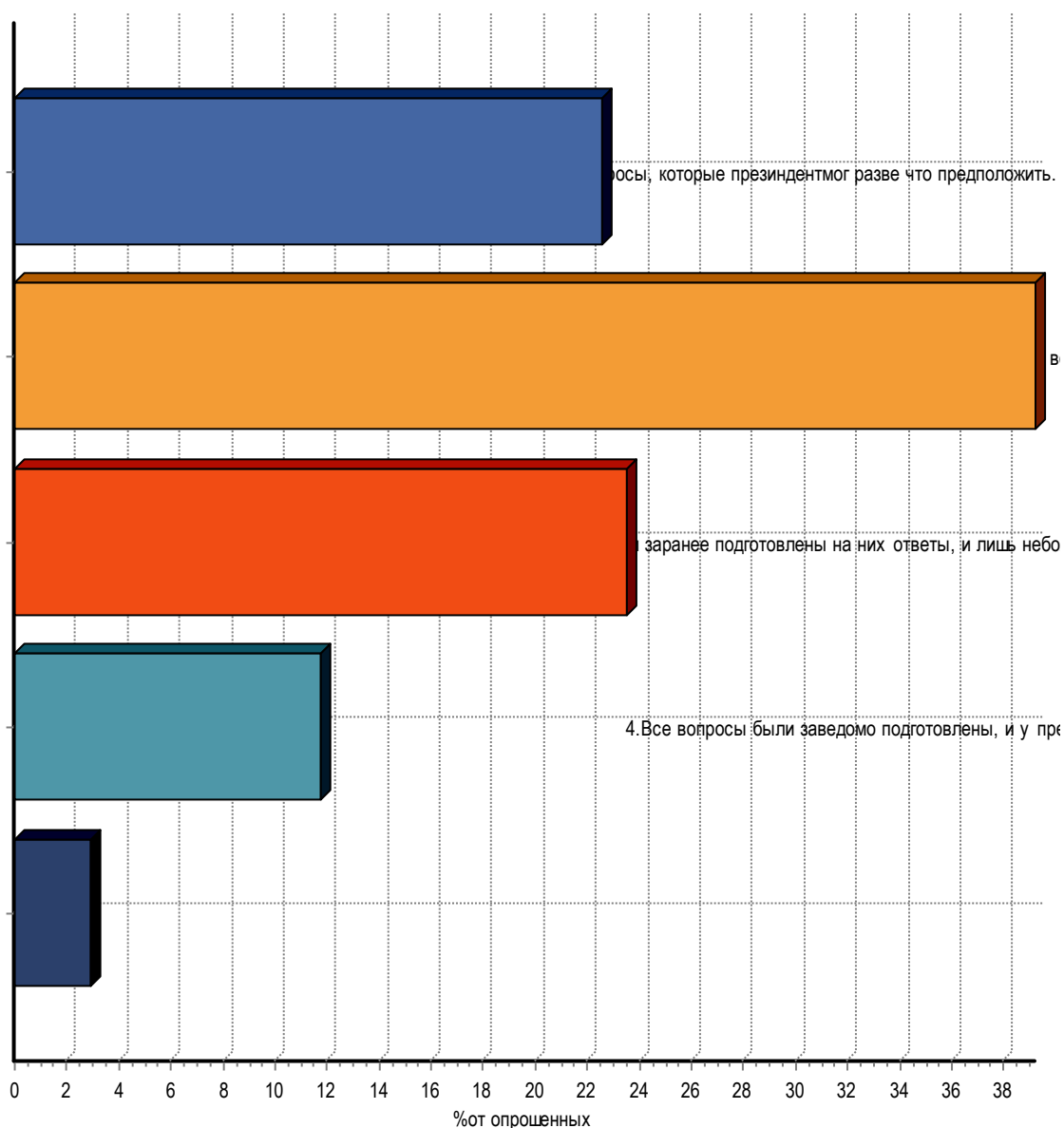


Рис. 2. Отношение студентов к «прямой линии с президентом»

1. В ходе прямой линии задавались вопросы, которые президент мог разве что предположить,
2. большинство вопросов, на которые был дан ответ, не были заведомо известны президенту.
3. Большинство вопросов были срежиссированы заранее,
4. Все вопросы были заведомо подготовлены,.
- 5.Пустая ячейка (нет ответа на вопрос)

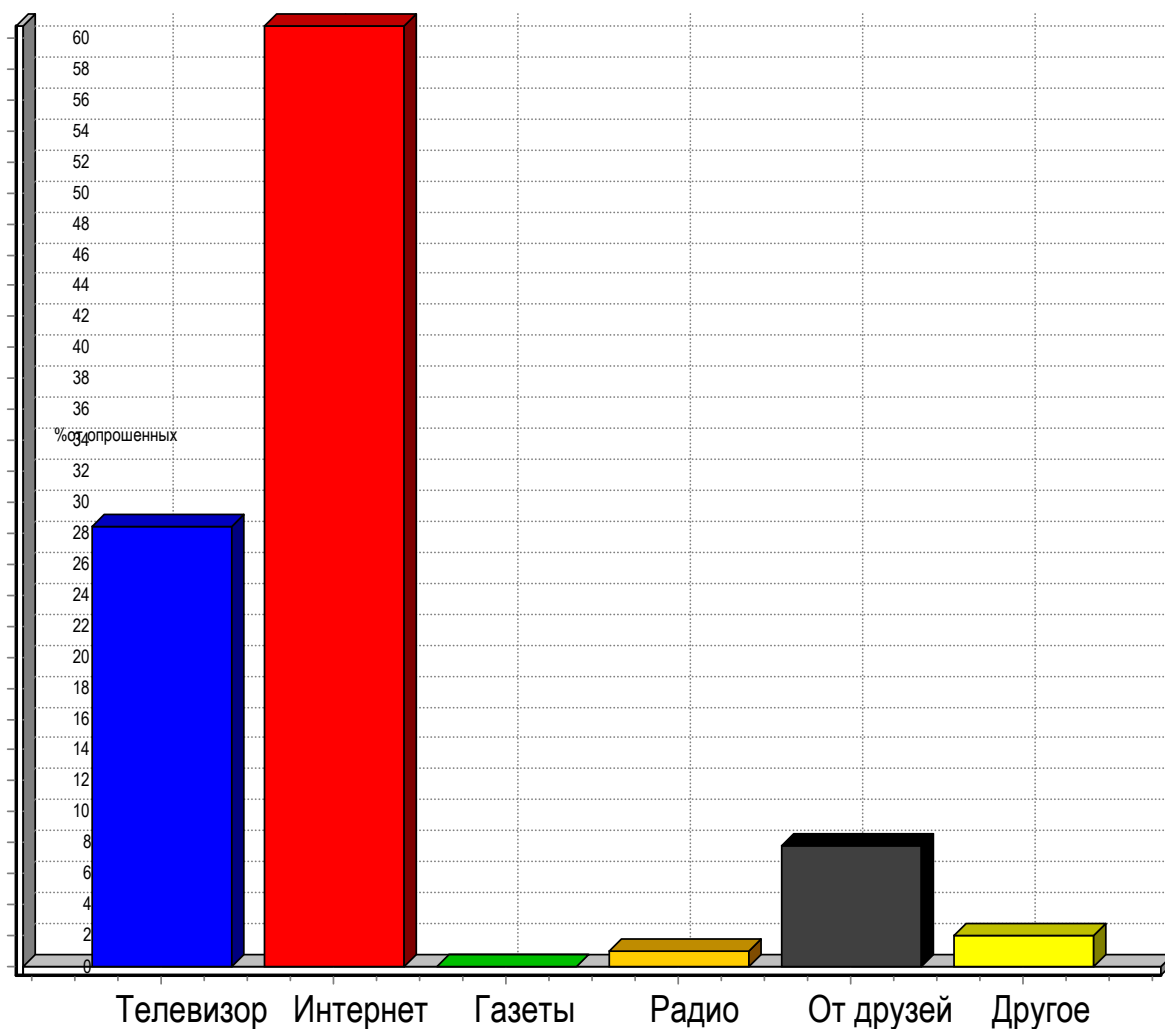


Рис. 3. Использование источников информации о политике.

Распределение ответов на вопрос: «Откуда вы чаще всего узнаете новости о политике? (выберите только один вариант)»

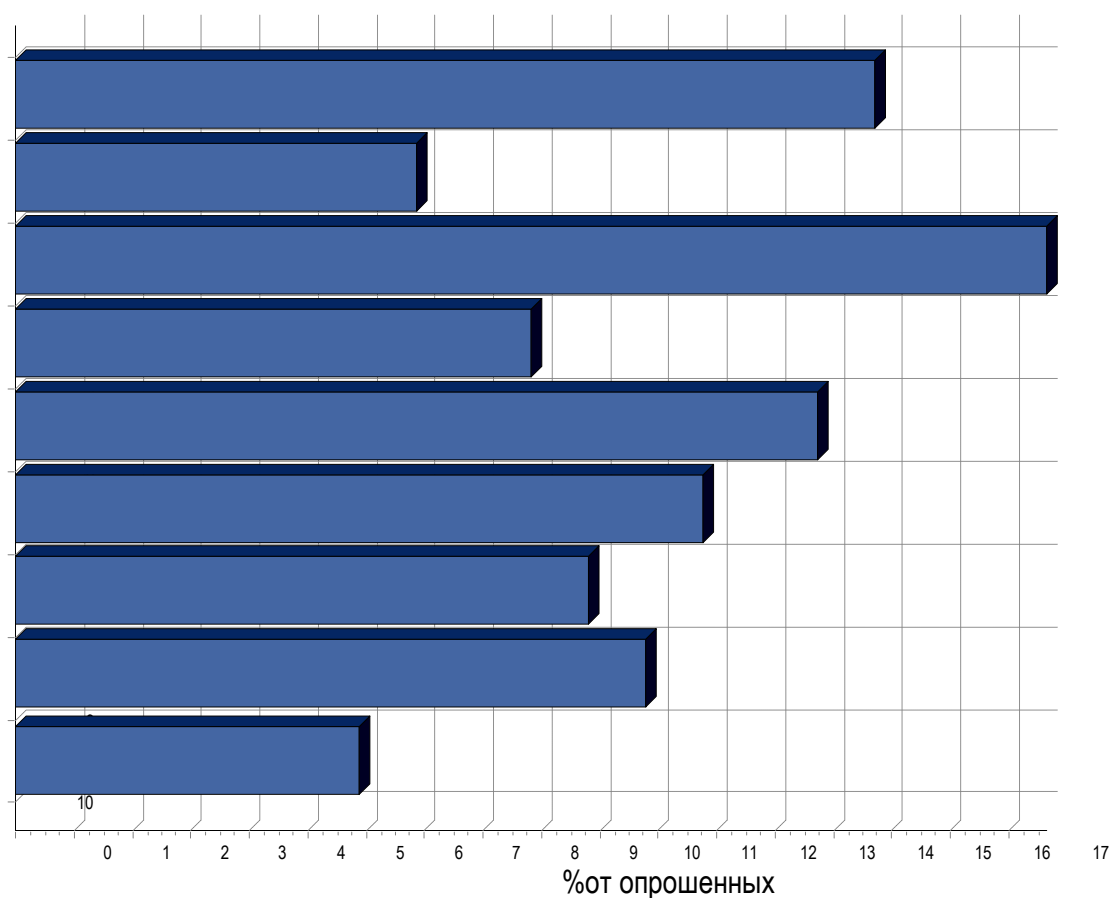


Рис. 4. Степень заинтересованностью политикой.

3. Оцените по 10-балльной шкале, насколько сильно Вы интересуетесь политикой?(один балл- совсем не интересуюсь, 10 баллов- очень сильно интересуюсь)

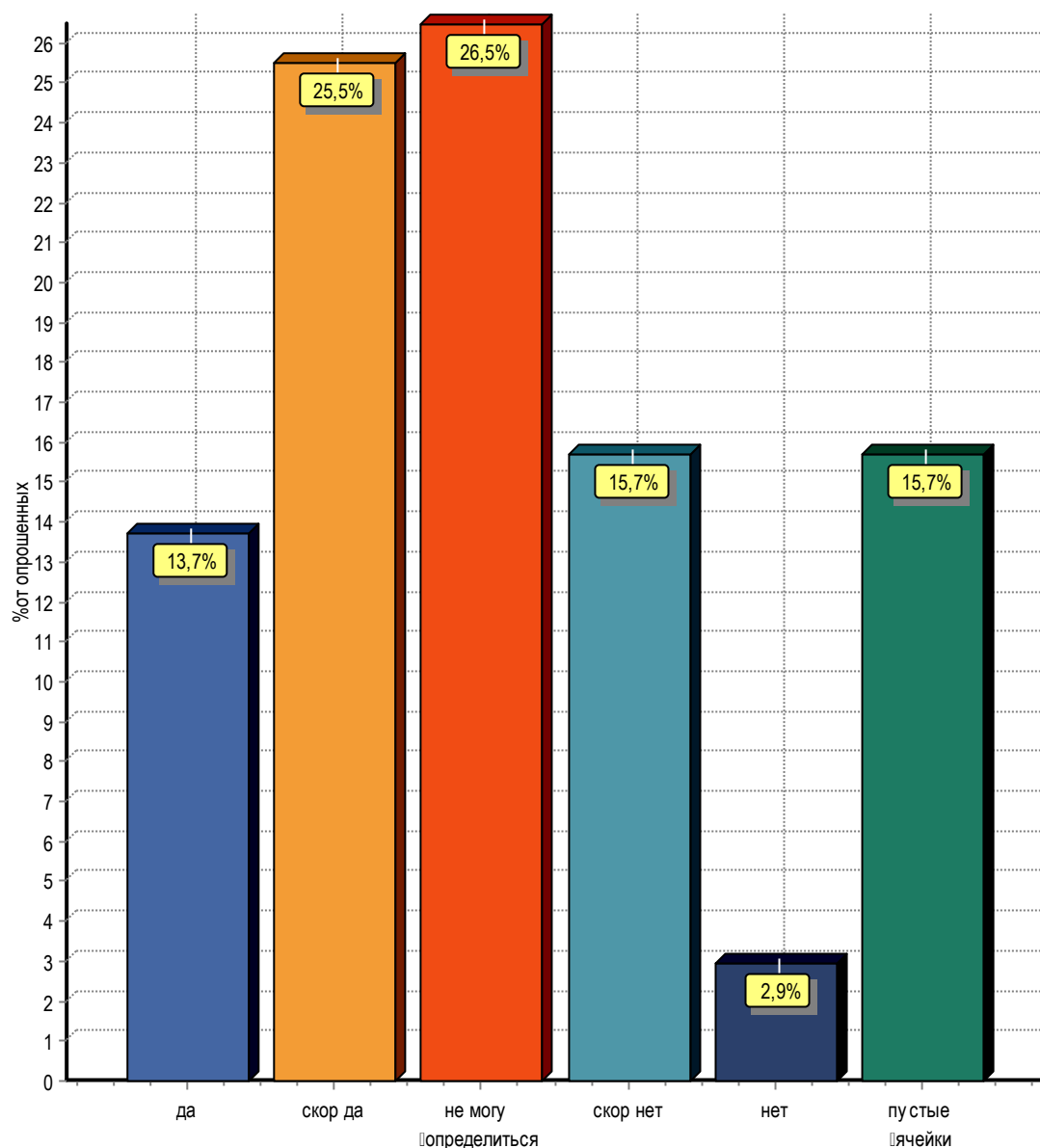


Рис. 5. Оценка положительного влияния проверок в ведомствах на положение дел в стране.

Считаете ли вы, что проверки, проводимые в различных ведомствах по итогам прямой линии положительно сказываются на положении дел в стране? (вопрос задавался тем, кто ответил что такие проверки проводятся).

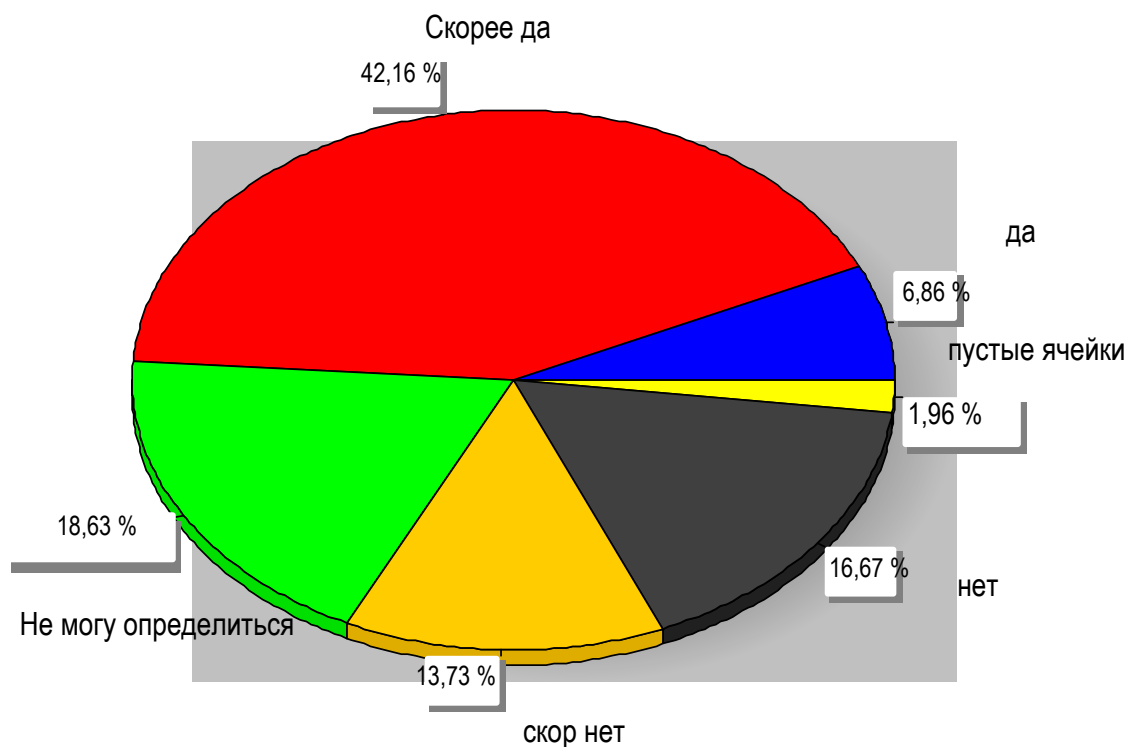


Рис. 6. Оценка влияния «прямой линии» на то, проводятся ли проверки в различных ведомствах.

Считаете ли вы, что по итогам «прямых линий с президентом» проводятся проверки в различных ведомствах?

- 1.да 2.скорее да 3.не могу определиться 4.Скорее нет 5.нет

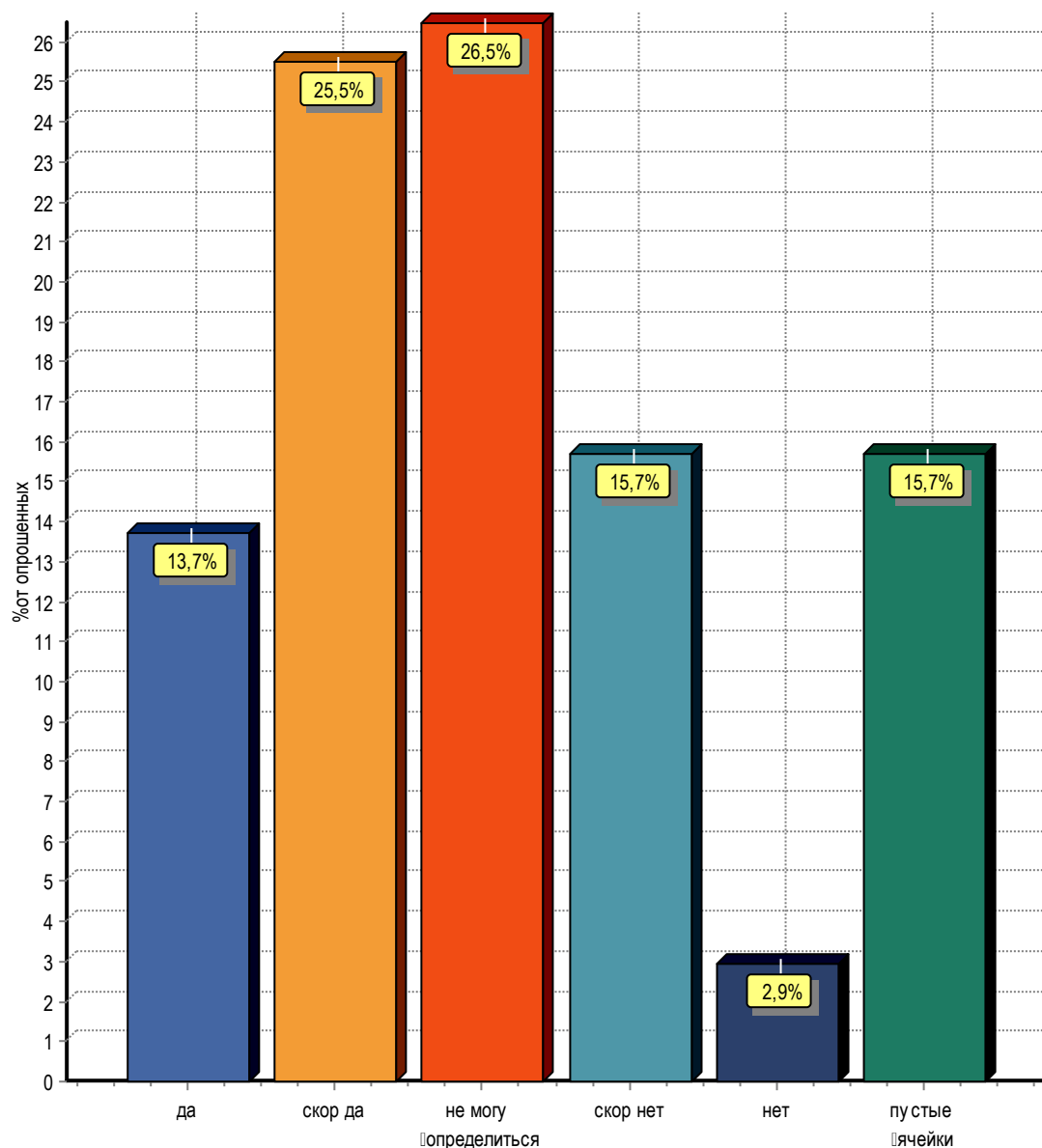


Рис. 7. Оценка положительного влияния проверок в ведомствах на положение дел в стране.

Считаете ли вы, что проверки, проводимые в различных ведомствах по итогам прямой линии положительно сказываются на положении дел в стране? (вопрос задавался тем, кто ответил что такие проверки проводятся).

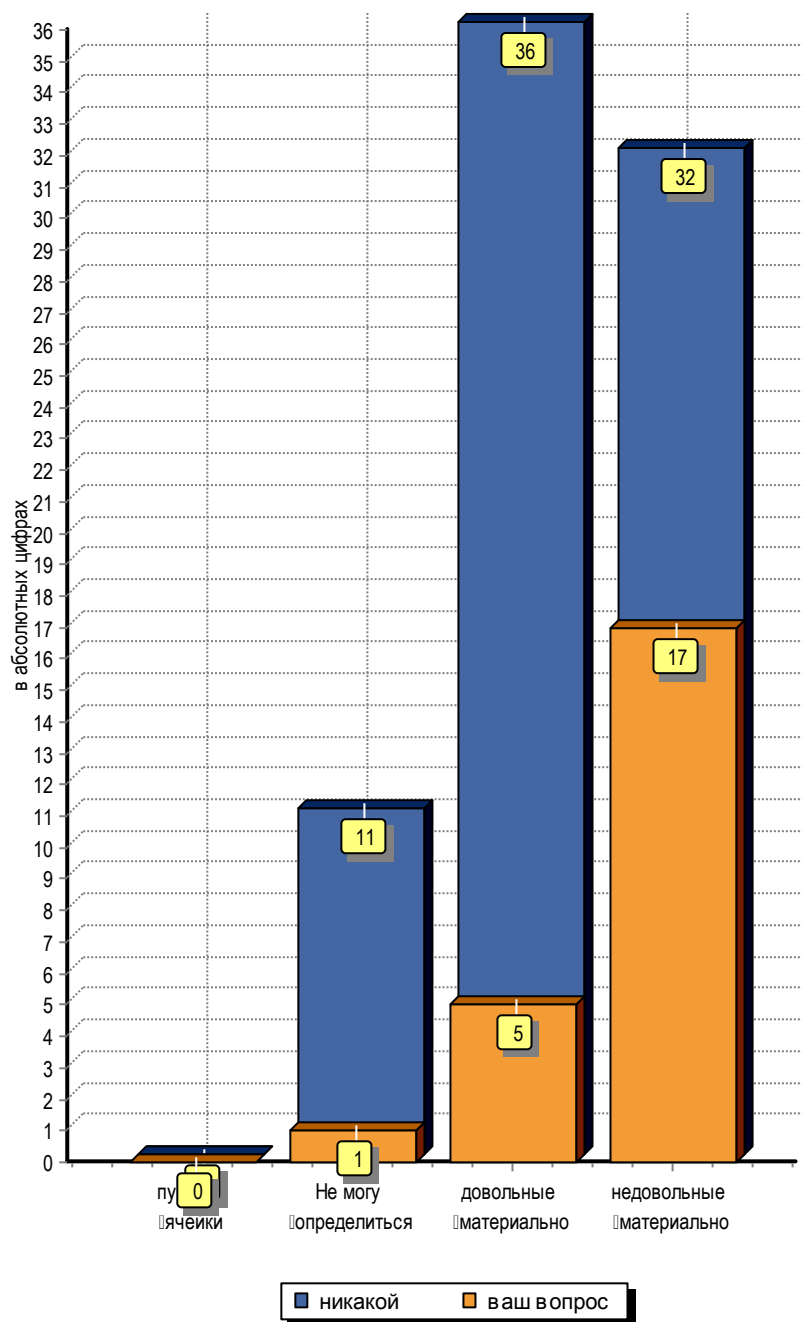


Рис. 8. Отношение удовлетворенных и неудовлетворенных своим материальным положением к желанию задать вопрос президенту.

ПРИЛОЖЕНИЕ 9

Таблица 2.

Отношение удовлетворенных и неудовлетворенных своим материальным положением к желанию задать вопрос президенту.

Удовлетворены материально	Не зададут вопрос	Зададут вопрос	Итого
Да	8	1	9
Скорее да	28	4	32
Затрудняются	11	1	12
Скорее нет	20	12	32
Нет	10	7	17
Итого	77	25	102

Таблица распределения ответов на вопрос (хотели бы вы задать вопрос президенту если бы у вас была такая возможность?) относительно удовлетворенности материальным положением.

ПРИЛОЖЕНИЕ 10

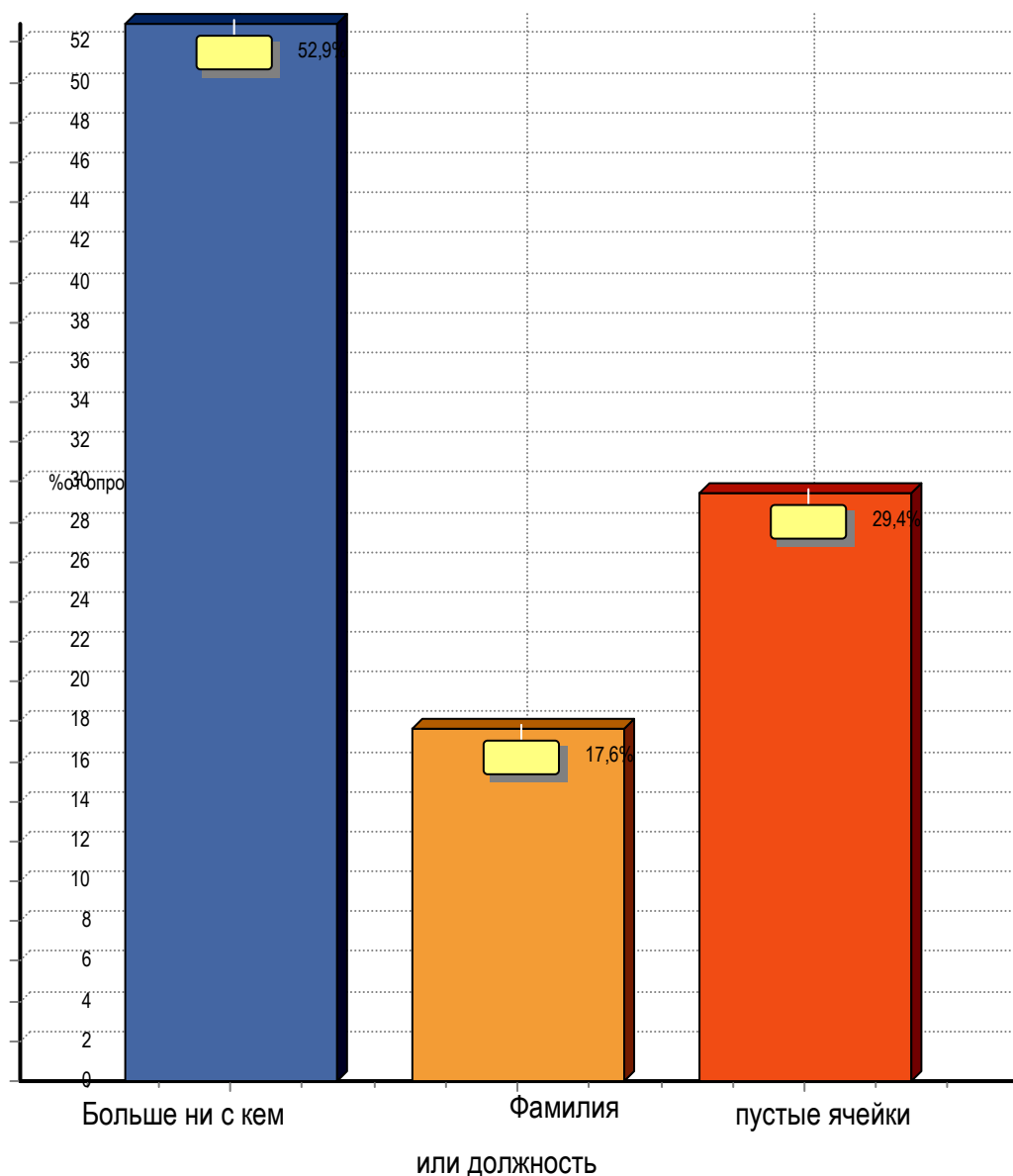


Рис. 9. Желаемые участники «прямой линии».

С участием какого российского чиновника, кроме Владимира Путина вы бы хотели чтобы была организована подобная «прямая линия»? (если вы считаете, что «прямые линии» не нужны вообще, переходите к следующему вопросу)